Canadian Egg Marketing Agency

16th Annual Report

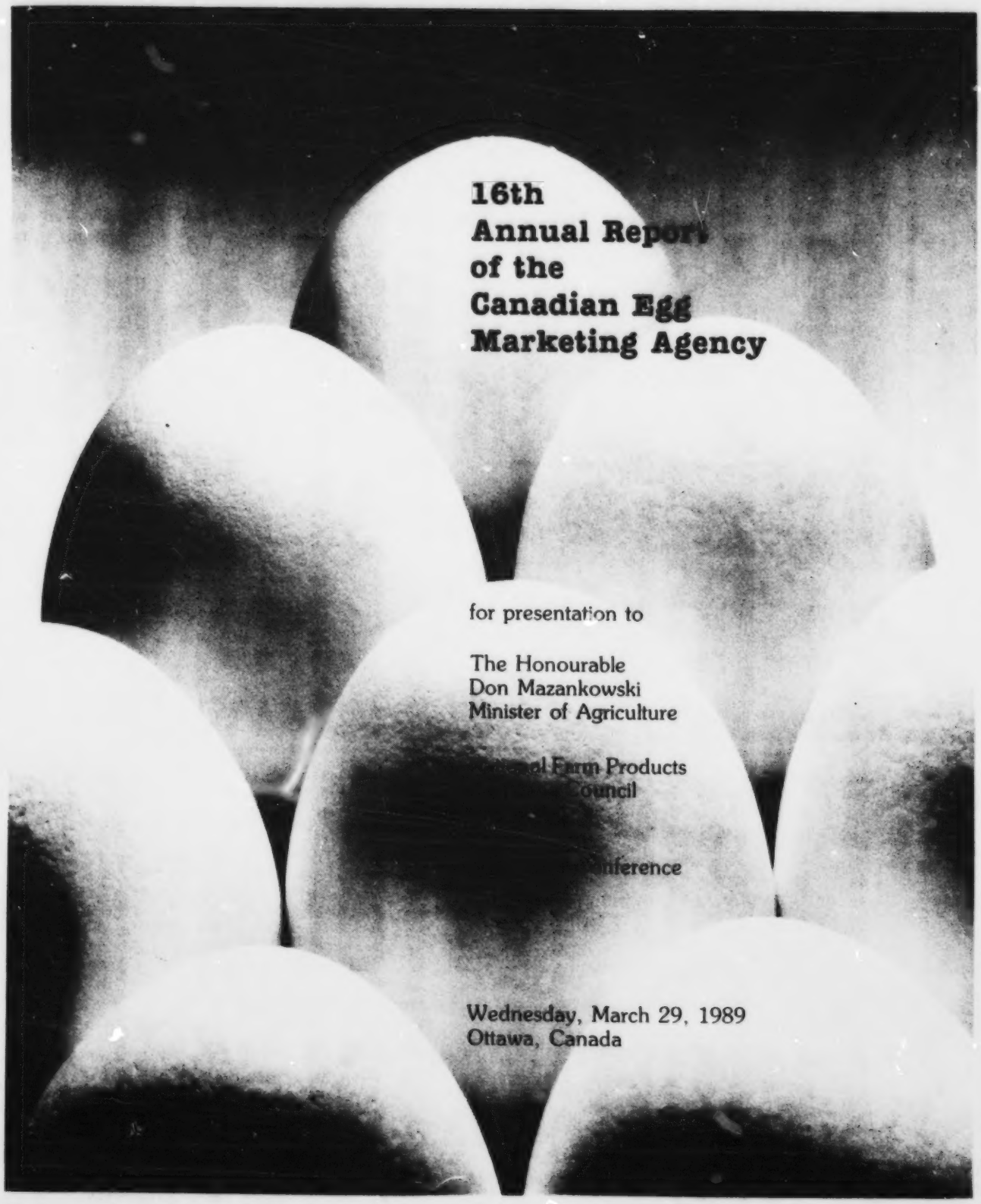
89-02832/

Canadian Egg Marketing Agency

The Canadian Egg Marketing Agency is a statutory corporation established by proclamation of the Governor General in Council on Dec. 12, 1972. The agency is charged under federal legislation and a federal-provincial agreement to

- set the farmgate price of eggs
- regulate national egg supplies
- remove surplus eggs from the domestic market, and
- encourage consumption.

These powers are exercised in conjunction with ten provincial egg marketing boards.



16th Annual Report of the Canadian Egg Marketing Agency

for presentation to

The Honourable
Don Mazankowski
Minister of Agriculture

...l Farm Products
...ouncil

...nference

Wednesday, March 29, 1989
Ottawa, Canada

1988 Board of Directors

1988 Board of Directors of the Canadian Egg Marketing Agency. **Back row, left to right:** Gerry Gartner (General Manager), Scott Simmons (Nfld.), George McMillan (Alta.), Raymond Laplante (Que.), Fred Krahn (B.C.), Alex Craig (Ont.), Arnold McLeod (alternate, N.B.), Bill Schmitke (Man.). **Front row, left to right:** Carol Teichrob (Sask.), Stan Steen (Chairman), Don Newcombe (N.S.), Bert Haneveld (P.E.I.).

Chairman's Report

CEMA Faced Many Challenges in 1988

It has been an honour and a privilege to serve as Chairman of the Canadian Egg Marketing Agency for the past three and a half years. On August 8, 1989 I will have completed my second two year term.

The past year has been exciting for the Canadian Egg Marketing Agency. We faced many new challenges. With each, directors and management have attempted to convert threats into opportunities for consumers and producers.

These challenges include the Canada-U.S. Free Trade Agreement, the Uruguay Round of GATT, the Liaison Committee, supply and demand balances, interprovincial movement of product, amendment to our federal-provincial agreement and our export system.

At year's end, the Parliament of Canada finally passed legislation setting in place the Free Trade Agreement.

Egg producers have had serious worries over the impact of this accord for several years. The Agency has taken these concerns to government through meetings, correspondence and testimony before the Senate this summer.

I can report that the government response has been most encouraging.

We have been told by Ministers that nothing in the accord will be allowed to undermine the operations of our surplus removal system, or the high standards Canada maintains to ensure for consumers the safety of our product.

A critical issue which remains to be solved is the disposition of the new global import permits allowed under the Free Trade Agreement.

CEMA is a member of an advisory committee established by the federal Minister of Trade to deal with this allocation. The Agency holds the view that these imports must be allocated into markets of need at times of the year when the product is needed.

Another set of trade negotiations has also been at the forefront of Agency concerns during 1988.

For the past two years Canada has been involved in the Uruguay Round of GATT negotiations. With the emphasis this Round is placing on the integration of agriculture into the mainstream of GATT rules, all Canadian farmers have much to lose and much to gain.

During 1988, the Agency advanced its concerns in these talks to farm groups in Canada, producer groups in other countries, federal and provincial officials and Ministers.

CEMA's position on this Round is pragmatic and realistic. It is our view that the talks must lead to improvements which allow individual countries to employ a variety of farm policies, including supply management, which do not distort trade flows.

If the root problem in agricultural trade is supply and demand imbalances, and the harmful employment of government subsidies to dispose of surpluses, then the success of the Uruguay Round must be measured by how the new rules solve this problem. It is naive to expect the complete liberalization of trade regimes in agriculture within the current round of GATT.

The challenge our industry faces in the area of international trade will be with the Agency until the GATT round is completed.

Meanwhile, CEMA faced many challenges on the domestic front.

The Agency continued to work with the National Farm Products Marketing Council through the Liaison Committee. This group has been very successful. For example, during 1988 it was agreed that consumers of product should bear the cost of the product when it is consumed domestically.

As the reader will see in other parts of this report, market conditions did not improve during 1988. In August, the Board of Directors were forced to cut supply levels effective January 1. At years end it became evident that further cuts and improvements in levies were needed to restore Agency finances.

During 1984, Signatories to the Federal-Provincial Agreement approved an amendment which increased the level of quota utilization in each province. Once a province exceeded this level, penalty provisions of the agreement came into force.

Unfortunately, final signatures on this amendment were never gathered. This final step is expected during the early part of 1989.

In coming years the Agency will face many other challenges. Some means have to be found to improve our export system. Part of the answer will probably be found in improved interprovincial and intraprovincial movement of eggs.

As Directors look at this and the other challenges coming, they will have to constantly balance the legitimate concerns of their province and region, with the overwhelming need for national responses and strategies which benefit producers and consumers.

Perhaps more than anything, this balance is the ultimate challenge.

General Manager's Report

CEMA General Manager - Gerry Gartner

The Canadian Egg Marketing Agency (CEMA) is no stranger to troubled waters. The Agency has, in the past, learned to deal with adversity. And in 1988, CEMA pulled up anchor and sailed into stormy seas to face new challenges.

CEMA faced severe pressures in 1988.

Interprovincial movement, imports, free trade, GATT and our surplus problems are just some of the issues that were prominent.

Movement of product between provinces is necessary. Population shifts and a change in consumer preference in different regions has made CEMA stand up and take notice.

For example, the province of Ontario with a steadily growing population and a consumer preference for large eggs needs interprovincial movement of eggs to supply that market.

Saskatchewan is a province that demonstrates the need for movement within a province. With an egg surplus in Saskatoon and a deficit in Regina, intraprovincial movement in this province is essential.

Pricing and freight differentials between Saskatchewan and Manitoba have allowed for Manitoba eggs to be graded in Regina while the Saskatoon production goes into the surplus pool. Things like this must stop.

And to complicate matters even more, the free trade agreement - which will be discussed later in this report - provides for an increased flow of global imports of 400,000 boxes.

If these extra imports end up in areas of need, when needed, the extra flow will not hurt us.

I can't emphasize this point enough - we must ensure product is imported when and where it's needed.

In 1988 CEMA spent a tremendous amount of time dealing with trade matters - both bilateral and multilateral. The free trade agreement has been signed, sealed and delivered. Now we must live with it.

The free trade agreement affects egg producers in four different areas; harmonized standards, tariff elimination, allocation of new global imports and access to the U.S. market.

The government worked with our industry to resolve our problem with harmonized standards and tariff elimination. The Minister of Agriculture guaranteed these two issues will not be allowed to undermine the operations of the Canadian Egg Marketing Agency.

The agreement provides greater American access to the Canadian market by increasing Canadian global import quotas of egg and egg products.

The new globals amount to about six million dozen U.S. eggs to be sold in the Canadian market.

We cannot allow these extra eggs to be indiscriminately dumped on our markets. Volume of this size has the potential to disrupt the balance between supply and domestic demand. It could also undermine our surplus removal program and reduce egg producers' incomes. Certainly, if the Department of External Affairs fails to allocate these global import permits judiciously, consumers could end up paying too much for their eggs.

The damage could be controlled if the new globals are channelled to markets where and when the product is needed most. That would mean allocating the globals in a planned, rational manner, ensuring the bulk of new globals enter during peak demand periods in place of supplemental requests.

The last concern the agency has with the agreement has to do with our access to the U.S. market - or more specifically, with article 701.3 of the agreement.

The government continues to assure us that we are not a public entity under article 701.3 of the FTA. They have further signalled their readiness to defend us if the United States government decides to bring the issue in front of a dispute settlement panel.

CEMA also continues to work to ensure our interests are protected at the General Agreement on Tariff and Trade talks.

CEMA believes the root problem with world agricultural trade today is excess stocks and export subsidies. Measures should be taken to address these problems and not other

General Manager's Report

factors that in no way distort trade.

The Canadian Egg Marketing Agency holds that Article XI of GATT should be maintained and indeed strengthened.

The problem is that processed and frozen consumer food products, such as frozen breakfast entrees that have gained greater market share in recent years, are direct substitutes for our fresh, perishable, primary product. These new products can easily throw our supply management system out of whack.

We need to clarify once and for all which products we can control at the border.

Secondly, CEMA rejects the producer subsidy equivalent, or PSE, on the grounds that it is a fatally-flawed negotiating device. We feel it unfairly penalizes production control measures that in no way disrupt world trade.

CEMA opposes decoupling or any move toward direct income transfer payments to producers at the expense of supply management.

Finally, CEMA supports efforts to ensure that standards do not act as hidden barriers to trade.

We must remember what happened to the FTA. Don't let the same happen at GATT. We need more provincial and producer involvement.

But as we move through 1988, we must remember our industry at home. Problems surfaced in Canada that were troublesome.

Throughout 1988, our table egg sales continued to stagnate. Low consumption coupled with increased productivity forced surplus to swell.

We were left with too much surplus. In fact, even the anticipated Christmas demand push did not happen. This drained Agency coffers and nearly brought our surplus removal program to a grinding halt.

Several steps were taken last year to alleviate the problem. Last July, the CEMA Board of Directors agreed to a quota cut of two per cent. But production continued to increase and surplus levels were still too high. From July 1988 to December 1988, surplus climbed more than 12 per cent over the same period in 1987.

It was obvious the quota cut was not going to be enough. Last fall, our financial position took a turn for the worse. Our surplus position did not improve and agency borrowings continued to increase. At year-end 1988, CEMA was left in a deficit position and surplus was at all-time highs.

The Agency will take further action in 1989.

I believe it is time to look at what supply management has done for Canada's egg producers as well as graders and processors. What our Agency has done over the last 15 years is establish stability.

We have a system envied by countries abroad. We've preserved the family farm. Producers incomes today are at levels comparable to any in Canadian agriculture.

Producers receive their costs plus a reasonable return on investment. And most importantly, we ensure consumers receive a fairly-priced, high-quality product.

Our system should be appreciated more by producers. I'm sure Canada's egg producers don't want the same situation as in the United States.

In recent months, the U.S. industry has estimated that American egg producers are earning seven cents a dozen less than costs.

In the last 18 months, American producers have lost 75 per cent of their equity. Three hundred egg farmers in the U.S. have closed in the last half of 1988.

Vertical integration is the norm in the U.S. Two U.S. companies alone own more layers than all of us here in Canada

I think it's time now for Canadian egg producers to stand and give a little back to this system. We've all reaped the benefits together, so together let's bail ourselves out of our current financial difficulties.

In fact, this experience has pinpointed our weak spots and will force us to be more creative. It has forced us to really examine ourselves - to analyse how we do what we do.

It has jolted us out of complacency. And I think that's good. Everybody needs that from time to time. This exercise has given us a better perspective of our operations. We can no longer take things for granted. We must continue to realize that. And now it is time we did something about it.

While we solve our current problems, let's not forget our long-term strategies.

It's obvious our problems occurred for a number of telling reasons. However, it is also obvious that the tastes and preferences of Canada's egg consumers have changed. There has been a shift of demand for eggs and egg products. That is certainly reflected in the numbers. Processor demand grows while table demand slows.

We must learn how to adapt to this new market reality and perhaps gear our marketing strategy in that direction.

It is also important in the future to maintain the integrity of our system. We must ensure that we meet and face any external pressures and threats such as the trade issues.

We must also always be aware of what the consumer wants. Maybe the lower consumption levels are a message to us all. It might be time to stand up and take notice. Why is our product not selling like it used to?

Perhaps as I explained earlier, we have become too complacent. This downslide may be just what we needed to get us going again. And I have no doubts we'll respond to that challenge. We always have in the past.

I feel with the help and hard work of those within the industry, we'll overcome this situation and continue to offer a stable and healthy Canadian egg industry as we have in the past.

I'd like to take this opportunity to thank CEMA management, staff, directors and provincial boards. Even though I came in half way through the year, my transistion as CEMA General Manager was a smooth one thanks to a cooperative staff and management.

Directors' Report

In 1988, the Board of Directors moved to stem the rising tide of surplus product in the system. In July, the Board approved a two per cent quota cut, effective January 1989. The following month, the Board decided to increase the producer levy by one cent.

To further alleviate the surplus problem, a downtime program was implemented during the year. In the program, selected producers removed flocks one or two weeks before their regularly scheduled turnover, thus reducing production. To cover fixed costs, the producers who participated in the program received compensation for the duration of the removal time.

Consumer Levy Increased

To bolster CEMA's financial position, the consumer levy was increased. The Liaison Committee, which is made up of members from the National Farm Products Marketing Council (NFPMC) and from CEMA, removed the 3 1/2 cent cap on the consumer levy that was put into place in 1986. The levy was increased to five cents, effective January 1989.

A problem related to the surplus situation was interprovincial movement of product. Council decided in 1988 that freight costs, which had been partly funded by the consumer levy, will now be funded by the producer levy.

CEMA's surplus removal program was also involuntarily pushed into the spotlight in 1988 by the Canada-U.S. Free Trade Agreement, which was ratified in December. The Board approved a number of actions designed to reduce the risk. The federal government gave CEMA assurances that it would defend the Agency if the case was brought before a dispute settlement panel.

GATT Important

In addition, the Board of Directors, mindful of the crucial role the General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) plays in the operation of supply management in Canada, directed staff to take the necessary steps to protect the Agency's interests at the Uruguay Round of Multinational Trade Negotiations currently underway in Geneva. The Directors also encouraged all producers to join in the effort.

The legality of import controls, which constitute the foundation of supply management in Canada, depends on special provisions contained in Article XI of the GATT. If these provisions are lost, supply management in Canada is lost.

A New General Manager Is Chosen

In March, Gib Shouldice announced that he was resigning as CEMA's General Manager, effective in August. During the summer months the Board of Directors looked at a number of candidates to replace him. In August, the Board was pleased to announce its choice for the new General Manager - Mr. Gerry Gartner.

Mr. Gartner brings with him an extensive background in agriculture. He was Manitoba's Deputy Minister of Agriculture from 1983 to January 1988. From 1979 to 1982, Mr. Gartner held the same position in the Saskatchewan government.

Mr. Gartner has more than 25 years experience in agriculture and has also been the Director of some crown corporation boards.

He is originally from Saskatchewan where he grew up on a livestock farm. He graduated from the University of Wisconsin in 1970 with a PhD in Agricultural Economics.

Directors' Report

Carol Teichrob Saskatchewan

Don Hicks New Brunswick

Scott Simmons Newfoundland

Alex Craig Ontario

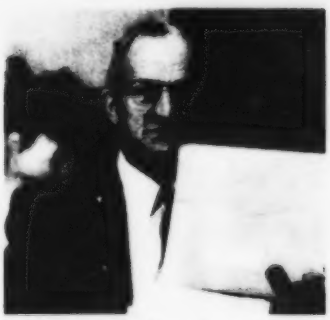
Bill Schmitke Manitoba

Raymond Laplante Quebec

Fred Krahn British Columbia

George McMillan Alberta

Bert Haneveld Prince Edward Island



Don Newcombe Nova Scotia

Helen Tymoczko Director-at-Large

Market Price

Summer Drought Effects Egg Prices

Egg prices increased substantially in 1988 because of higher feed costs following the summer drought.

The farm-gate prices for Grade A Large eggs at year's end were 13 to 17 cents higher than they were at the beginning of the year.

CEMA sets the farm-gate price for eggs at the beginning of each month using a cost of production formula. The formula ensures producers receive their cost of production plus a reasonable return. The prices are reported in advance to the National Farm Products Marketing Council.

In 1988, the national weighted average cost of producing a dozen Grade A Large eggs in Canada was 102.74 cents, up five cents from the 1987 average of 97.70 cents. Except for feed, production costs fluctuated normally: labor costs increased marginally and pullet costs declined slightly.

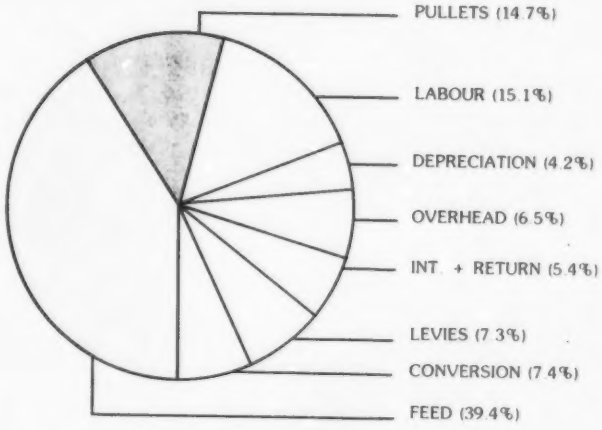
Feed costs were primarily responsible for the higher average costs. For example, in 1988 an Ontario producer paid an average 39.92 cents for feed to produce one dozen large eggs. In 1987, the same producer paid only 34.54 cents.

The drought was also responsible for the substantially higher prices processors paid for eggs during the year. The Canadian processor price, which is pegged to the U.S. midwest breaking stock price, was strongly influenced by higher U.S. feed costs.

For instance, the U.S. midwest breaking stock price stayed below 50 cents (Canadian) during the first half of the year. During the summer, the drought's effect on feed prices sent breaking stock prices soaring as high as 69 cents. By year's end, the price had settled in the 60 to 65 cent range.

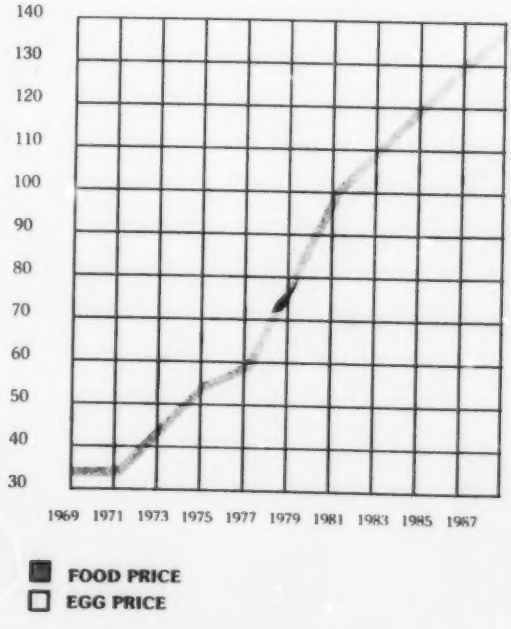
COST OF PRODUCTION

(N.W.A. FOR CANADA)



PRICE INDICES 1969-1988

(1981 = 100)



More Produced with Fewer Layers

In 1988, productivity gains offset reductions in the national laying flock, resulting in a net increase in national output. With 89,000 fewer birds, over 119,000 more boxes were produced during the year - or nearly half a percent more than the previous year.

Total domestic production grew from 27.48 million boxes in 1987 to 27.6 million boxes in 1988. Meanwhile, the national laying flock went from 18.55 million birds to 18.47 million birds.

The slow historical trend towards a more concentrated industry continued in 1988. The 42 registered producers that left the industry in 1988 - the total number of registered producers stood at 1,734 at year's end - did not affect overall production levels.

Accordingly, average regulated flock sizes increased for the fourth consecutive year. The average regulated flock size in 1988 was 11,244 birds per producer compared with 10,978 birds in 1987. Producers in Nova Scotia, New Brunswick, Quebec and British Columbia had, on average, flocks of over 15,000 layers.

The increases in national production came principally in production of Grade A Large and Extra-large eggs. Production of Grade A Large eggs, which accounted for 50 per cent of the 26.1 million boxes of Grade A product, increased by 0.4 per cent in 1988. Production of Grade A Extra-large eggs, which accounted for 18.4 per cent of total Grade A product, increased by almost a full percentage point in the same period.

Production of Grade A Medium and Small eggs declined by 0.4 per cent and 2.4 per cent respectively. As well, production of peewee, Grade B and C eggs declined by almost 23,500 boxes to settle at about 1.26 million boxes.

National egg production increased despite lower production levels in six of the 10 provinces. Production was up only in British Columbia, Saskatchewan, Manitoba, and Newfoundland. In British Columbia, nest-run increased by 91,000 boxes, reducing the volume of eggs graded.

In Ontario, where almost 41 per cent of all Canadian eggs are produced, production was stable at about 11.2 million boxes. Quebec saw production decline by some 16,000 boxes out of a total of over 4.5 million boxes.

Canadian supplies of Grade A product are also supplemented by imports every year. In 1988, imports amounted to just under 300,000 boxes - or about 1.1 per cent of the national supply of Grade A product in Canada. This represented a 16.7 percent decline from the 359,000 boxes imported in 1987.

Large eggs, which represent 65 per cent of the imports, accounted for most of the drop. Imports of large eggs went from 251,000 boxes in 1987 to 194,000 boxes in 1988. Imports of medium eggs went up slightly to 91,600 boxes - a gain of some 2,700 boxes from a year earlier.

CHICK PLACEMENTS

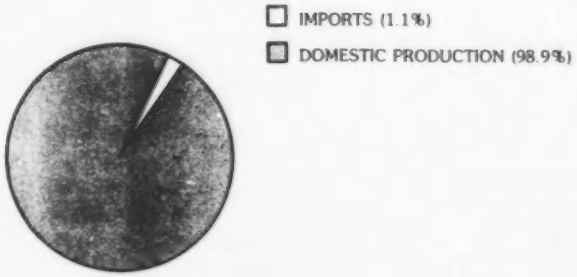
— in thousands —

	1988	1987	% CHANGE
British Columbia	2692	2790	-3.5
Alberta	2200	2249	-2.2
Saskatchewan	1006	1099	-8.5
Manitoba	2913	3014	-3.4
Ontario	8899	9268	-4.0
Quebec	3079	3125	-1.5
Atlantic Canada	2090	2040	2.5
Canada	22879	23584	-3.0

**Excludes the effect of interprovincial movements and imports of started pullets

SOURCE Agriculture Canada (Poultry Market Report)

SOURCE OF GRADE 'A' SUPPLY



Market Demand

Table Demand Drops for Second Year in a Row

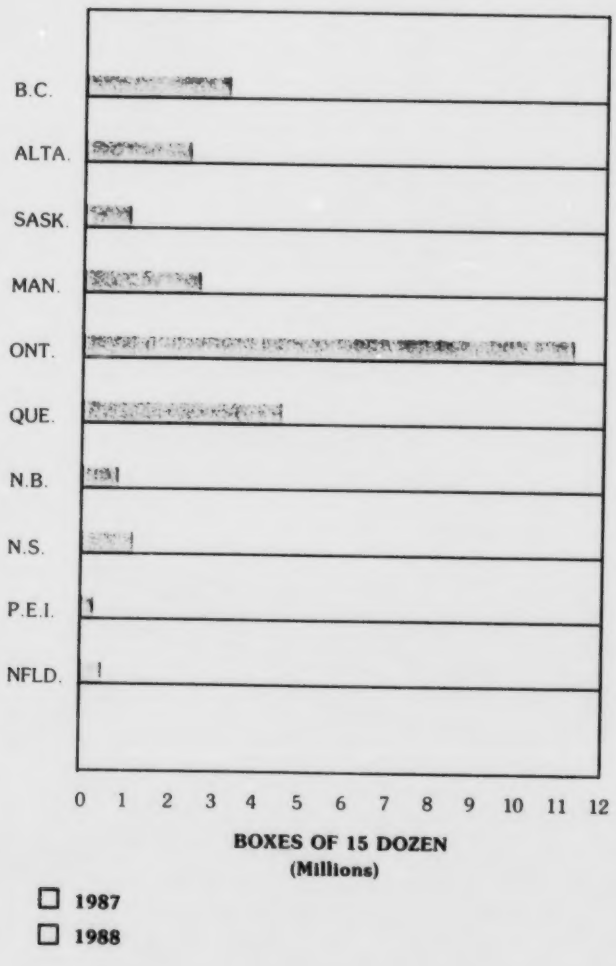
For the second year in a row, Canadians consumed 1.7 per cent less eggs than in the previous year. Demand fell by 400,000, down from 22.9 million boxes in 1987 to 22.5 million boxes in 1988. In the last two years, consumption has dropped by almost 800,000 boxes.

Table disappearance of Grade A Large eggs, which accounted for nearly 55 per cent of all table disappearance, was responsible for most of the decline in 1988. Consumption of Grade A Large eggs fell 2.7 per cent, a loss of 340,000 boxes from the previous year.

Sales to breakers, however, increased significantly. Sales climbed to 2.7 million boxes - a gain of 19 per cent, or over 435,000 boxes, from 1987.

PROVINCIAL GRADINGS

(1987 VS 1988)



Exports Up Slightly

A little under 4.2 million boxes were declared surplus in 1988, a 13.6 per cent increase from 1987. Grade A Large and Medium eggs accounted for 72.8 per cent of the total figure.

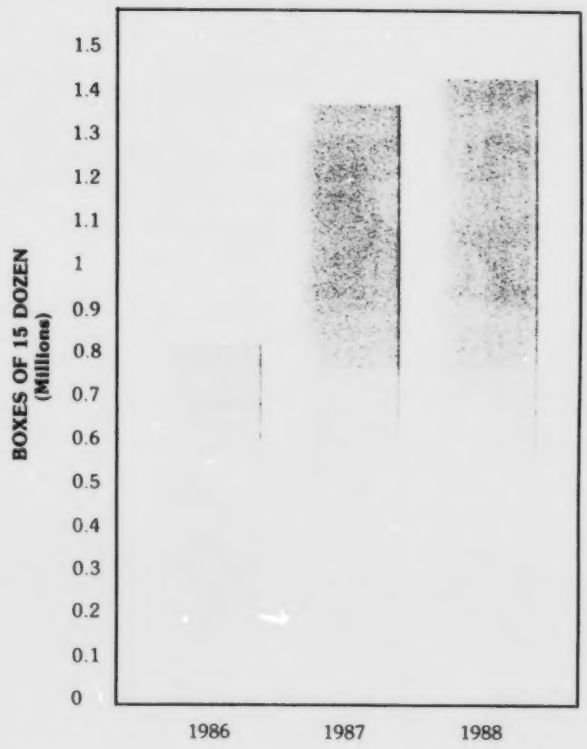
Surplus will often result from fluctuations in egg demand throughout the year. In fact, some surplus is necessary if CEMA is to ensure a ready supply of Canadian eggs, whether it is for high demand periods or for regions of the country experiencing temporary shortages.

Of the 4.2 million boxes of surplus in 1988, 33 per cent went to export breaker sales. These rose 3.37 per cent in 1988 - a marked decrease from 1987, when exports rose nearly 54 per cent. Breaker exports amounted to 1.42 million boxes in 1988, up from 1.37 million boxes in 1987.

The cost of exporting surplus eggs is borne by Canadian egg producers. The cost is in no way reflected in the retail price consumers pay for eggs.

SALES FOR EXPORT

(1986, 1987, 1988)



Trade Committee

Committee Dealt with Pressures of FTA and GATT

The continued effective operation of our supply management program relies on import controls sanctioned by Article XI of the General Agreement on Tariffs and Trade (GATT). Without these controls, supply management in Canada would collapse.

In recent years, there have been increasing pressures to rid the GATT of the special provisions made for supply management.

For example, there was concern the Canada-U.S. Free Trade Agreement (FTA) would override Canada's supply management's rights under the GATT. Even more worrisome for the future, there is no guarantee those rights will not be struck from the GATT when the Uruguay Round of multilateral trade negotiations winds down in 1990.

On January 28, 1988, the CEMA Board of Directors set up a special committee to address these critical issues.

FTA PROGRAM

When the text of the FTA became public late in 1987, CEMA identified four principal areas of concern. They were:

- the provisions for the harmonization of standards;
- the gradual elimination of the import tariff on shell eggs;
- o the increased global import quotas of eggs and egg products; and
- the wording of Article 701.3 prohibiting below-cost sales for export by 'public entities'. The federal government dealt with the first and second issues to our satisfaction. We are continuing to press for results on the last two problems.

For example, CEMA sits on a government advisory group that will determine where the new import quotas will go. CEMA's underlying principle is that the globals go to the markets that need the product when the product is needed.

The other unresolved issue is Article 701.3 of the FTA. We are very concerned about the prospect of dispute settlement under the new FTA rules. The fate of the industry will rest with an untested dispute panel that lacks a body of legal precedent upon which to base its findings.

To deal with this difficult problem, the Trade Committee developed a plan of action.

The first part of the plan, an extensive lobby effort designed to exclude CEMA from any definition of 'public entity' under the FTA, proved unsuccessful. Even one of Ottawa's top lobbying firms, Public Affairs International, could not get the government to cooperate with us on this issue.

Meanwhile, the Trade Committee was preparing a fallback plan. As early as July, 1988, our legal counsel outlined several options to bring CEMA's surplus removal operations in compliance with Article 701.3 of the FTA.

With the failure of the lobby effort and with the inevitability of the FTA after the November federal election, the Trade Committee advised CEMA's Board of Directors to instruct staff to begin work on bringing our surplus removal program in compliance with Article 701.3. The Board agreed with the Committee's recommendation.

Trade Committee

GATT PROGRAM

The 1988 GATT Program accomplished four things: it established opening positions on issues raised in the Uruguay Round; it increased CEMA's visibility on the issues; it established contacts at home and abroad; and it gathered valuable intelligence on the GATT talks.

The goals of the program were to achieve national and international agreement amongst farm groups - and consequently governments - on reforms to GATT articles and codes governing domestic supply management programs.

To defend the interests of Canadian egg producers at the GATT talks, CEMA works with national and international coalitions of like-minded farm groups.

At the national level, CEMA works in concert with Canada's other supply-managed commodities. A special cross-industry supply management GATT committee operating under the umbrella of the Canadian Federation of Agriculture (CFA) was set up earlier in the year. Alex Craig was named chairman of this new committee.

With CEMA's active involvement, the CFA committee successfully fostered a national dialogue between domestic farm groups and the federal government.

For example, a national conference on GATT was organized last May. The conference attracted more than 140 participants from the private and public sectors.

During the day, producers expressed their concerns with the GATT talks, and government representaitves involved in the GATT negotations responded to these concerns.

At the international level, CEMA worked to establish an international network of farm contacts. The network now extends to farm groups from sixteen European countries, the U.S., Japan, and New Zealand. Other contacts include the Committee of Agricultural Organizations in the European Community (COPA), and the International Federation of Agricultural Producers (IFAP).

The network has proved to be an invaluable asset for CEMA for two reasons.

First, the network allows CEMA to monitor the views of farm groups from around the world. This helps direct our own domestic GATT efforts.

Second, the network gives CEMA a conduit abroad to communicate our GATT position.

International consultations can only promote greater solidarity among farm groups. And a strong international coalition of farm groups can only increase the likelihood that the Uruguay Round will produce results beneficial to agricultural producers around the world.

In 1989, the Trade Committee will continue to work towards the ideal of a national and international environment characterized by support for our GATT position. At the very least, the Committee will try to insure opposition to our position is muted.

Committee Members:
ALEX CRAIG, CHAIRMAN
Fred Krahn
Raymond Laplante
Scott Simmons

COP Committee

COP Committee Works with NFPMC

The main task of the Cost of Production (COP) Committee in 1988 was to work with the National Farm Products Marketing Council's (NFPMC) labour committee to implement the 1986 COP survey.

The firm Peat, Marwick and Partners completed the final report of the 1986 COP survey of egg production costs. The report was approved by the CEMA board in January 1988. However there were outstanding issues - labour costs and return on capital - that still had to be resolved with the National Farm Products Marketing Council.

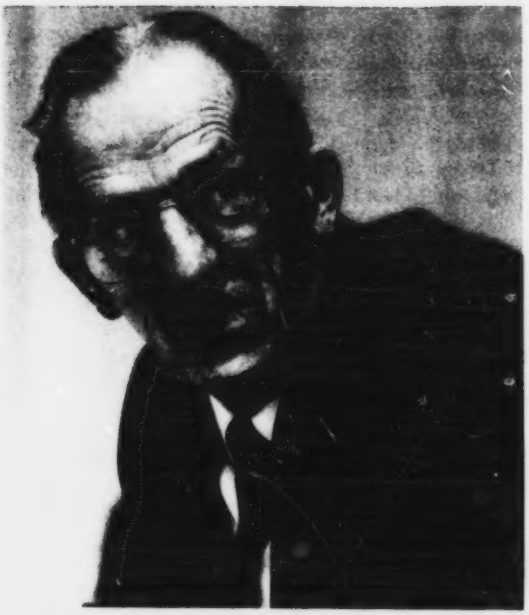
The COP committee met six times in 1988 including twice with the NFPMC Labour committee. The labour and capital return issues were finally resolved at an NFPMC meeting in July at which the CEMA COP committee made a presentation. The survey results were implemented in the COP update in August, 1988.

One of the highlights of 1988 was the Cost of Production seminar hosted by the NFPMC and chaired by Glenn Flaten. At the seminar, it was learned the dairy industry in Quebec and Ontario had done extensive work on cost of production. It was evident that issues such as labour rate surveys and return on capital - which CEMA had been wrestling with - had been reviewed by the dairy industry.

The COP committee has already started to review the work required for the 1989 COP survey which will be carried out in early 1990.

Committee Members:
BILL SCOTT, CHAIRMAN
Bert Haneveld
Fred Krahn
Raymond Laplante
George McMillan
Scott Simmons

Surplus Committee



Committee Approves Guidelines

The Surplus Operations Committee held three meetings during 1988.

The many different operations in the surplus removal program were discussed at the meetings, and how graders, breakers, producers and the Canadian Egg Marketing Agency are affected.

The Committee suggested some changes to the regulations and guidelines of CEMA's surplus program operations manual. This is the first time these regulations appear in booklet form.

Other issues include the elimination of the packaging surcharge to processors, the development of terms of sale for eggs purchased by processors, the allocation of new global egg imports and the certification of eggs moving interprovincially.

Committee Members:
DONALD NEWCOMBE, Chairman
Raymond Laplante
Penny Kelly
Bob Anderson
Bob Feldman
Ed Ferguson
Robert Botsford
Brian Dahms

Budget Committee

Budget Committee Works on Long Term

In July 1988, the Budget Committee faced what could be termed as its most difficult and challenging exercise.

For the first time, the committee worked on a three-year projection beyond the next fiscal year.

The committee also dealt with the regular concerns such as CEMA's administration budget including the 1987 actual results, 1988 budget and outlook and the 1989 budget.

Other items pertaining to the 1989 budget were the free trade and GATT programs, office relocation and upgrading of computers.

The Committee - in its detailed examination of the 1989 departmental numbers - was cognizant of the agency's policies of maintaining the administration fund of $1.5 million and of ensuring the marketing budget did not exceed 50 per cent of total administration revenues.

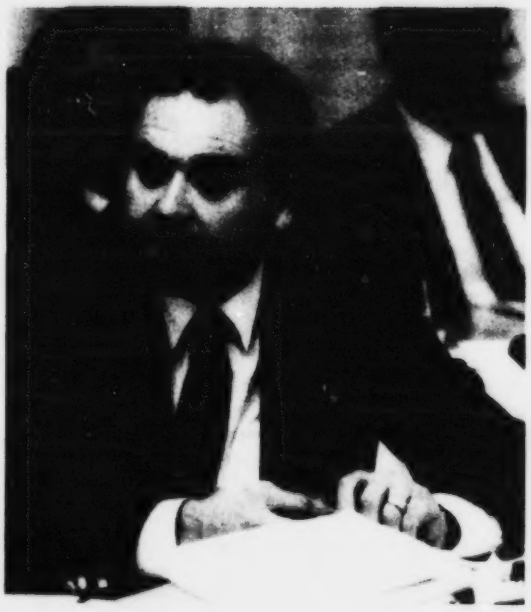
Administrative expenses are projected in 1989 to increase by just under one per cent to $8.3 million. As a result the 1989 ending Administrative Fund balance is projected to be $2.9 million dollars.

A meeting was held in July between the National Farm Products Marketing Council's Budget Committee and CEMA management, the CEMA Marketing Committee chairman and the Budget Committee chairman to clarify some items of concern.

This exercise, which started in 1987, has proven to be beneficial for both Council and CEMA.

Committee Members:
SCOTT SIMMONS, CHAIRMAN
George McMillan
Carol Teichrob

Audit Committee



Financial Statements Approved

A full review of the financial statements for the year ended December 31, 1988 was undertaken by the committee in conjunction with the auditors Touche Ross and Co. and CEMA management.

The review included a detailed analysis of both the balance sheets and income statements of all three of the agency's funds. The committee was satisfied with the format for the presentation of the financial statements and their explanatory notes.

In addition, the committee reviewed with Touche Ross the results of the interim and year-end audits. The auditors identified no major problems. The committee members agreed the agency's current financial management and control systems were comprehensive and satisfactory.

The committee looks forward to working with CEMA management on new issues for which the audit committee is responsible.

Committee Members:
FRED KRAHN, CHAIRMAN
Alex Craig
Don Newcombe

Animal Welfare Committee

Code of Practice Complete

During the year under review the joint CEMA-Canadian Egg Producers Council Animal Welfare Committee concentrated on completing revisions to the Code of Practice for the Humane Handling of Poultry.

Several meetings were held under the auspices of the Canadian Federation of Humane Societies which is responsible for updating the code. This code is designed to act as a guide for all sectors of the poultry industry. Its goal is to advise on what is necessary to provide a humane environment for poultry.

Most elements of the code were easily updated. The question of space allowances for laying hens proved to be more difficult. In the end, it was recommended that further research needs to be undertaken to decide what the optimum space for each layer should be.

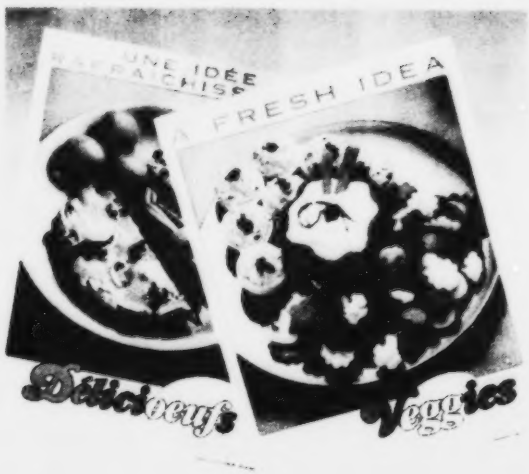
At year's end the Canadian Egg Marketing Agency contracted for this research with Professor Frank Hurnik of the University of Guelph. Dr.Hurnik will study over three years the welfare impact of three alternative types of laying environments.

The Committee was also instrumental in the creation of a national Animal Welfare Committee organized under the Canadian Federation of Agriculture. This national committee draws together general farm and commodity groups from all regions of Canada interested in the animal welfare issue. It is intended to act as a medium for the exchange of information.

Progress in one area has caused the Committee some concern. The Committee believes it is important for each province to establish cross-commodity group to deal with this issue. Progress in the creation of these provincial groups has been less than hoped for.

Committee Members:
JIM JOHNSTONE, CHAIRMAN
Stan Steen
Bill Schmitke

Marketing Committee



Market Research Important

The Marketing Committee works closely with staff to ensure the CEMA Marketing Program is designed and executed in a professional manner which would meet or exceed industry standards of performance.

The committee's review of the proposed program for 1989, is conducted after the General Manager and his staff have satisfied themselves as to the strategic direction they feel is appropriate, based on the research findings available to them, and the results of previous programs. This annual Marketing Plan and associated budget is then amended and submitted to the full CEMA Board for its approval at the summer meeting. Another review is conducted by the National Farm Products Marketing Council during its consideration of the CEMA Budget in the fall of the year.

Market research has been extremely important in the design and measurement of the programs. The year 1988 was, in many respects, a year of transition. After three years of success built on the popularity of Olympic gold medallist Alex Baumann, it was time to once again take a close look at our customers, and seek new ways of appealing to them.

As a prelude to that, a series of focus group sessions with a cross-section of consumers, were held in late 1987 in Toronto, Montreal, Regina, and Vancouver. Interestingly, they tended to reconfirm many of the findings from the earlier series in 1984. Mothers still view eggs very positively, their kids like them and there really are not any serious negatives associated with the product.

Consumers made it very clear they saw eggs primarily as a breakfast food - and had great difficulty projecting their usage into other meal occasions, except as an "emergency food." They found the usual preparation methods - poached, boiled, scrambled fried - boring. But they also knew that if Dad wasn't home for supper, or if they suddenly had to prepare a meal for unexpected guests, eggs were always there, and they could "whip something up."

Armed with this insight, it was determined something needed to be done to try to redefine consumers perceptions of eggs - to get them out of the "only for breakfast" mode of thinking.

This became the strategic direction for the TV campaign launched in the fall of 1988, which is expected to continue well into 1990. The focus remains on kids, with a child-directed spot, and through selection of adult viewing times which include a high percentage of children in the audience.

One of the most significant developments impacting on 1988 was the dramatic upsurge (19 per cent) in demand for processed product. Two major contributors to this swing away from shell eggs were the conversion by most of the caterers supplying the airline industry to prepared product for breakfast service, and the introduction of frozen breakfast entrees into the retail marketplace by two major food manufacturers.

Both these events occurred in late 1987, so that the full impact was felt for most of the year.

Although the principal thrust of CEMA's marketing efforts will continue to be designed to slow the erosion of shell egg sales, the Committee, in accordance with directives from the Board, has been watching these developments carefully, reminding staff to look

Marketing Committee

for ways of contributing positively to the growth of these new market opportunities.

One of the tools CEMA Marketing initiated two year's ago, in recognition of new research findings reinforcing the extent to which purchase decisions are made in-store, was the use of retail promotions, which have included consumer contests and of course, the annual "July is Egg Month" campaign. In 1989, the latter was supported by TV spots offered to provincial boards on a 60-40 cost-shared basis.

This cooperative effort between CEMA and provincial boards, where CEMA absorbs the very substantial "up-front" costs, allowing provincial boards to conserve scarce cash to spend on other, locally-focused promotions, has been encouraged by the Committee. Promotion specialists from all provinces meet twice a year with their CEMA counterparts to discuss ways of working more closely together and avoiding overlapping programs wherever possible.

Our increased emphasis on the Foodservice and Hospitality industry continued in 1988, with the addition of a program geared specifically to the institutional sector. Through our research, we were able to identify some key needs of this group - the importance of a color photo to show both food preparation and serving staff, for example, larger volume recipes suited to relatively lower levels of skill than typical restaurant operations, and merchandising ideas/promotional aids geared to program to those unique requirements.

In order to present a uniform face to the industry, CEMA traditionally develops, with input from the six provincial boards who particpate in them, a common promotion theme for industry trade shows. Included are booth decoration materials and specifically-printed promotional literature for hand-out purposes. Typically they are used as the "launch-pad" for the new recipe ideas to be promoted to the trade that year, and supported by ads in trade magazines. The process of reaching consensus is a lengthy one, starting with the April meeting of promotion specialists, and concluding sometime in September, to be ready for the first show the following February. In 1988, the booths of the Quebec and Ontario Boards each won "Best in Show" awards.

Another new direction explored in 1988 was the concept of a joint promotion to the Foodservice industry with a high-profile manufacturer - in CEMA's case, the Nestle/Carnation group. Utilizing the goodwill of an established supplier to the industry, and our own network of wholesalers and distributors gave us opportunities to extend our reach to this industry.

Other elements of the marketing thrust carried forward from prior years included a timely series of press releases to food writers, and production of materials for use in school programs administered by provincial boards.

The Committee was also happy to see the initiatives of 1987 in dealing with the cholesterol issue carried forward in 1988, including another mailing to physicians across Canada and a heavy consumer magazine ad campaign. Mounting concerns with respect to Health and Welfare Canada initiatives in the areas of food labelling, food advertising, and nutrition recommendations prompted greater involvement with officials of that Ministry, in addition to those similarly involved at Agriculture Canada.

It gives the committee great pleasure at this time to thank the CEMA marketing staff and the provincial marketing people for their sincere efforts put forward during the past year. We are confident this effort will continue during the forth coming year and much will be accomplished by all.

Committee Members:
DON HICKS, CHAIRMAN
Raymond Laplante
Bill Schmitke
Tom Graham

CANADIAN TABLE EGG DISAPPEARANCE REPORT

WEEK 1988	GRADINGS (AGCAN)	NEST RUN	IMPORTS (AGCAN)	••••• CEMA SALES ••••• TABLE	BREAKER	EXPORTS	COMBINED	TABLE DISAPPEAR
				••• (Figures are in Boxes of 15 Dozen) •••				
1	486.178	6.588	8.030	0	46.248	39.597	85.845	414.951
2	512.684	11.256	521	0	49.088	75.300	124.388	400.073
3	538.548	11.460	0	0	45.534	68.029	113.563	436.445
4	523.645	6.816	0	2.500	38.572	59.964	101.036	431.925
5	512.564	4.968	0	0	34.021	49.130	83.151	434.381
6	508.962	12.768	4.500	0	47.270	42.105	84.375	441.855
7	504.778	10.152	5.019	1.500	35.251	38.523	75.274	446.175
8	509.966	10.716	3.000	0	51.399	58.611	110.010	413.672
9	506.915	8.748	3.000	0	30.398	74.251	104.649	414.014
10	512.816	3.372	1.500	0	40.253	60.144	100.397	417.291
11	509.371	2.664	4.500	900	48.943	15.836	65.679	451.756
12	503.660	4.392	9.517	3.700	31.613	20.827	56.140	465.129
13	500.617	3.180	13.278	4.835	25.462	21.227	51.524	470.386
14	493.793	3.756	27.288	0	22.415	13.573	35.988	488.849
15	483.861	6.084	0	0	43.515	29.321	72.836	417.109
16	501.103	7.980	0	0	39.653	57.892	97.545	411.538
17	495.276	8.628	6.000	0	48.196	67.992	116.188	393.716
18	492.094	4.908	2.844	0	38.610	59.382	97.992	401.854
19	490.030	3.828	2.025	2.400	34.767	34.634	71.801	426.482
20	498.872	1.188	12.600	3.683	50.473	24.795	78.951	437.392
21	502.670	3.036	4.500	0	73.375	22.209	95.584	414.622
22	512.052	3.552	1.500	0	64.617	23.962	88.579	428.525
23	513.362	3.744	0	0	108.249	17.845	126.094	391.012
24	520.679	4.800	3.000	1.000	74.163	46.379	121.542	407.937
25	507.829	3.984	1.529	0	60.188	59.638	119.826	393.516
26	525.224	2.724	3.000	0	68.507	24.828	93.335	437.613
27	500.117	672	3.000	0	56.901	9.918	66.819	436.970
28	501.778	948	2.025	1.000	66.720	22.569	90.289	415.462
29	514.054	888	4.500	9.486	48.632	14.507	72.625	456.303
30	511.781	1.476	4.600	3.450	58.104	15.265	76.819	444.488
31	504.997	3.672	3.525	2.880	52.787	7 924	63.591	451.483
32	496.505	4.668	2.025	6.400	65.261	23.420	95.081	414.517
33	487.646	5.184	3.000	7.900	63.342	19.653	90.895	412.835
34	499.533	2.724	4.466	5.800	62.045	25.221	93.066	419.457
35	496.349	2.076	4.500	7.925	61.618	23.022	92.565	418.285
36	495.117	1.908	4.554	3.200	49.605	22.909	75.714	429.065
37	484.947	1.488	5.270	1.600	44.392	18.394	64.386	428.919
38	495.597	3.204	3.555	7.850	43.354	24.081	75.285	435.071
39	487.178	3.396	3.120	5.722	64.507	13.452	83.681	415.735
40	492.991	2.100	4.284	11.243	44.456	4.500	60.199	450.419
41	498.787	1.416	8.325	1.600	63.687	10.728	76.015	434.113
42	490.026	1.668	1.500	4.800	45.551	7.812	58.163	439.831
43	492.702	2.304	11.060	4.000	59.667	0	63.667	442.399
44	490.629	2.928	11.025	0	71.828	0	71.828	432.754
45	492.630	3.888	19.074	0	63.840	0	63.840	451.752
46	494.600	2.160	7.394	0	59.089	1.872	60.961	443.193
47	492.547	3.684	6.532	0	60.040	6.420	66.460	436.303
48	500.268	2.736	7.513	0	58.890	5.268	64.158	446.359
49	498.017	1.956	1.500	4.172	53.896	6.984	65.052	440.593
50	508.023	1.826	17.675	8.028	49.333	3.650	61.011	474.541
51	504.244	1.224	32.915	2.800	55.688	3.256	61.744	479.439
52	523.315	2.484	1.500	0	52.785	14.976	67.761	459.538
53	493.387	6.948	3.725	0	42.698	12.972	55.670	448.390
TOT-88	**26,615,314**	**224,918**	**299,313**	**120,374**	**2,764,496**	**1,424,767**	**4,309,637**	**22,950,282**
TOT-87	**26,061,930**	**132,292**	**359,050**	**91,010**	**2,276,810**	**1,378,300**	**3,746,120**	**22,898,162**

NOTE: SURPLUS FIGURES SUBJECT TO REVISION UP TO SIX WEEKS.
SOURCE: CEMA

Statistics

ALLOCATIONS AND INVENTORIES 1988

	BRITISH COLUMBIA			ALBERTA			SASKATCHEWAN			MANITOBA		
MONTH	ALLOCATION	INVENTORY	%	ALLOCATION	INVENTORY	%	ALLOCATION	INVENTORY	%	ALLOCATION	INVENTORY	%
January	2,434,712	2,341,610	96.18	1,503,600	1,421,374	94.53	701,116	666,403	95.05	2,324,778	2,224,470	95.69
February		2,348,549	96.46		1,427,388	94.93		659,584	94.08		2,240,709	95.95
March		2,345,288	96.33		1,427,896	94.97		656,489	93.63		2,190,239	94.21
April		2,348,233	96.45		1,431,778	95.22		672,175	95.87		2,212,517	95.17
May		2,351,515	96.58		1,437,886	95.63		668,234	95.31		2,243,080	96.49
June		2,301,910	94.55		1,436,598	95.54		677,156	96.58		2,241,071	96.40
July		2,304,046	94.63		1,432,887	95.30		645,058	92.01		2,199,906	94.63
August		2,256,125	92.66		1,438,852	95.69		634,253	90.46		2,195,319	94.43
September		2,284,470	93.83		1,417,520	94.28		653,396	93.19		2,171,583	93.41
October		2,283,388	93.78		1,396,324	92.87		655,832	93.54		2,190,495	94.22
November		2,316,117	95.13		1,400,753	93.16		665,468	94.92		2,199,373	94.61
December		2,313,880	95.04		1,421,158	94.52		661,044	94.28		2,220,511	95.51
AVERAGE		**2,316,261**	**95.13**		**1,424,201**	**94.72**		**659,591**	**94.08**		**2,209,939**	**95.06**

	ONTARIO			QUEBEC			NEW BRUNSWICK			NOVA SCOTIA		
MONTH	ALLOCATION	INVENTORY	%	ALLOCATION	INVENTORY	%	ALLOCATION	INVENTORY	%	ALLOCATION	INVENTORY	%
January	7,448,593	7,140,044	95.86	3,228,549	3,062,476	94.86	417,779	379,892	90.93	852,606	819,529	96.12
February		7,111,031	95.47		3,055,436	94.64		395,859	94.75		793,465	93.06
March		7,140,217	95.86		3,067,773	95.02		392,646	93.98		798,973	93.71
April		7,100,212	95.32		3,042,018	94.22		379,120	90.75		804,667	94.38
May		7,106,427	95.41		3,042,379	94.23		392,367	93.92		790,726	92.74
June		7,095,839	95.26		3,029,432	93.83		377,956	90.47		799,226	93.74
July		7,022,215	94.28		3,052,279	94.54		391,060	93.60		804,653	94.38
August		7,065,457	94.86		3,023,308	93.64		390,848	93.55		761,054	89.26
September		7,007,580	94.08		3,093,919	95.83		401,008	95.99		806,542	94.60
October		7,055,510	94.72		3,020,682	93.56		408,992	97.90		758,883	89.00
November		7,073,814	94.97		3,053,715	94.58		395,383	94.64		801,551	94.01
December		7,041,191	94.53		3,083,656	95.51		394,595	94.45		824,954	96.76
AVERAGE		**7,079,961**	**95.05**		**3,052,256**	**94.54**		**391,644**	**93.74**		**797,019**	**93.48**

	PRINCE EDWARD ISLAND			NEWFOUNDLAND			INVENTORY TOTALS				
MONTH	ALLOCATION	INVENTORY	%	ALLOCATION	INVENTORY	%	MONTH	1988	%	1987	%
January	142,767	139,887	97.98	441,799	412,806	93.44	January	18,608,492	95.45	18,614,769	95.48
February		139,208	97.51		413,414	93.58	February	18,574,641	95.27	18,632,357	95.57
March		132,986	93.15		395,423	89.50	March	18,547,928	95.14	18,516,358	94.97
April		125,977	88.24		398,513	90.20	April	18,515,210	94.97	18,543,905	95.12
May		137,228	96.12		403,902	91.42	May	18,573,742	95.27	18,587,628	95.34
June		140,024	98.08		408,123	92.38	June	18,507,333	94.93	18,605,767	95.43
July		139,363	97.62		398,746	90.26	July	18,390,213	94.33	18,468,863	94.73
August		137,788	96.51		398,705	90.25	August	18,301,709	93.87	18,511,000	94.95
September		132,377	92.72		403,862	91.41	September	18,372,255	94.23	18,521,266	95.00
October		130,738	91.57		404,356	91.52	October	18,305,199	93.89	18,460,868	94.69
November		127,826	89.53		405,555	91.80	November	18,439,555	94.58	18,600,804	95.41
December		134,983	94.55		406,420	91.99	December	18,502,392	94.90	18,643,377	95.63
AVERAGE		**134,865**	**94.47**		**404,152**	**91.48**	**AVERAGE**	**18,469,889**	**94.74**	**18,558,915**	**95.19**

*Allocation refers to total quota issuance allowed under the Federal/Provincial Agreement.

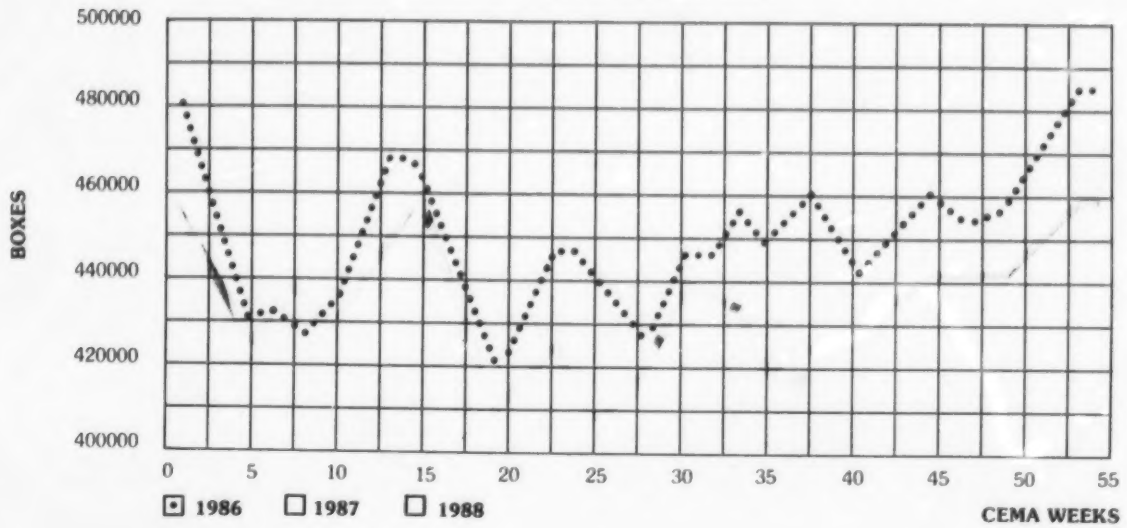
Inventory refers to the number of layers in provincial flocks as verified by Cema Hen Inventory Audits.

Inventories are based on an average for each month.

AVERAGE Inventories are based on a 52-week average.

CEMA TABLE EGG DISAPPEARANCE ESTIMATES

(5 WEEK MOVING AVERAGE)
1984 TO WEEK 53, 1988



ESTIMATED INTERPROVINCIAL MOVEMENT OF TABLE EGGS 1988
COMPOSITE REPORT

BUYERS / SELLERS	B.C.	ALTA	SASK	MAN	ONT	QUE	N.B.	N.S.	P.E.I.	NFLD	TERR.	YUKON	TOTAL SALES 1988
B.C.													
ALTA	70.670		4.598								20.677	31.103	127.048
SASK		143.243			2.735								145.978
MAN	47.976	561.226	142.817		402.770						3.126		1.157.915
ONT						1.708.738				165			1.708.903
QUE					180.028		13.473			600			194.101
N.B.													
N.S.					2.283		67.387		200	10.770			80.640
P.E.I.							1.641						1.641
NFLD													
TERR. YUKON											12	4.032	4.044
TOTAL PURCHASES	118.646	704.469	147.415		587.816	1.708.738	82.501		200	11.535	23.815	35.135	3.420.270

Data in boxes of 15 dozen
The above excludes Cema table export movement
The above includes Cema Surplus Removal of Table eggs

Field Operations

Statistics

AVERAGE NUMBER OF LAYERS PER PRODUCER

	1988	1987	1986	1985	1984	1983	1982	1981	1980	1979	1978
BC	15.029	15.122	14.937	14.667	14.073	14.470	14.150	13.995	14.114	12.701	12.631
ALBERTA	6.481	6.509	6.426	6.112	6.014	6.201	6.153	5.921	6.088	5.081	5.308
SASK.	8.656	8.550	8.248	7.790	7.459	7.342	7.059	7.059	7.043	6.004	6.047
MANITOBA	9.687	9.646	9.606	9.727	9.528	9.836	9.836	9.756	10.176	8.598	9.593
ONTARIO	10.580	10.038	9.501	9.311	9.253	9.812	9.728	9.704	9.380	8.016	8.271
QUEBEC	16.992	17.082	18.991	18.991	15.597	13.691	13.691	11.272	11.333	9.698	10.634
N.B.	18.164	17.407	16.711	16.711	16.062	15.527	15.527	17.972	14.456	11.770	10.414
N.S.	20.300	20.300	19.828	18.535	18.491	16.868	16.868	16.868	17.658	15.201	15.701
P.E.I.	4.923	4.605	4.461	4.605	4.605	4.355	4.355	4.107	3.992	3.188	3.445
N.F.L.D.	14.252	13.388	12.272	12.623	12.272	11.976	11.976	11.976	11.661	10.007	11.674
NAT. AVG.	11.244	10.978	10.748	10.535	9.871	10.339	10.251	9.895	9.849	8.422	8.806

Based on N.F.P.M.C. Allocation
December 30, 1988

NO. OF REGISTERED PRODUCERS PER PROVINCE

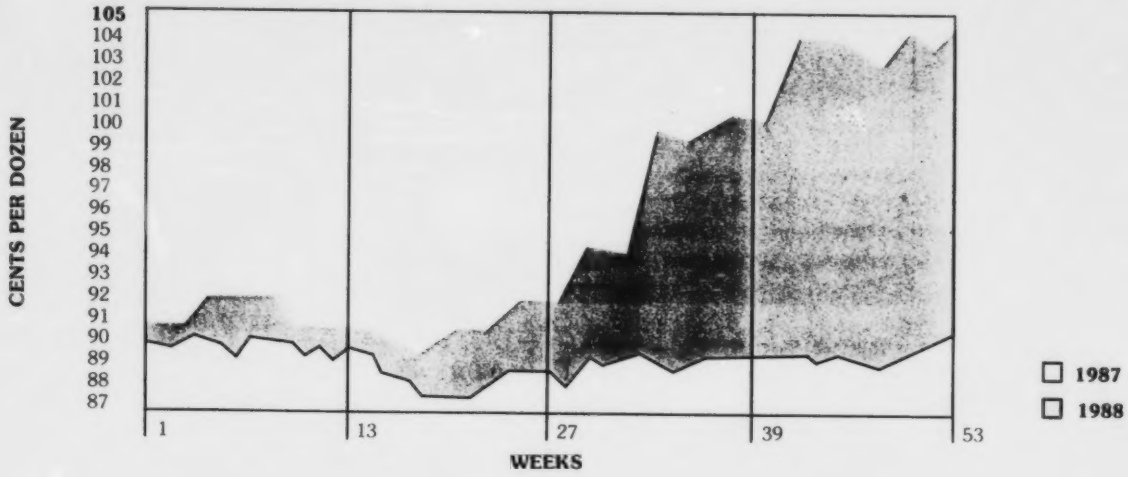
	1988	1987	1986	1985	1984	1983	1982	1981	1980	1979	1978
BC	162	161	163	166	173	177	181	183	190	192	198
ALBERTA	232	231	234	246	250	254	256	266	273	287	293
SASK.	81	82	85	90	94	100	104	104	111	104	116
MANITOBA	240	241	242	239	244	246	246	248	249	255	245
ONTARIO	704	742	784	800	805	812	819	821	890	926	938
QUEBEC	190	189	170	170	207	247	247	300	313	313	311
N.B.	23	24	25	25	26	27	27	28	29	33	40
N.S.	42	42	43	46	46	52	52	52	52	53	55
P.E.I.	29	31	32	31	31	33	33	35	36	40	42
N.F.L.D.	31	33	36	35	36	37	37	37	38	38	38
TOTAL	1.734	1.776	1.814	1.848	1.912	1.985	2.002	2.074	2.181	2.241	2.276

December 30, 1988

Source: CEMA

WEIGHTED AVERAGE PRODUCER PRICE

— ALL GRADES —

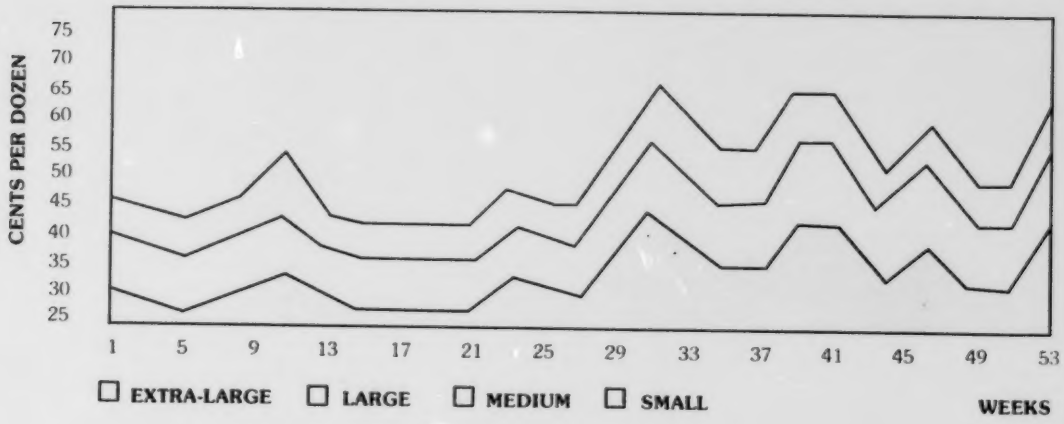


WEIGHTED AVERAGE PRODUCER PRICE ALL GRADES

(Cents per Dozen)

WEEK	1988	1987	WEEK	1988	1987
1	91.0	90.4	27	92.2	88.8
2	90.9	90.2	28	95.1	89.5
3	91.0	90.0	29	95.0	89.3
4	91.1	90.4	30	94.8	89.4
5	91.3	90.3	31	95.1	89.5
6	92.3	89.9	32	100.2	89.3
7	92.2	90.4	33	99.9	89.2
8	92.1	90.4	34	99.9	89.1
9	92.2	90.3	35	99.7	89.4
10	91.1	89.7	36	100.2	89.4
11	91.3	89.6	37	100.5	89.5
12	91.3	89.6	38	100.8	89.5
13	91.2	90.1	39	100.6	89.6
14	91.2	89.9	40	100.8	89.5
15	91.0	88.6	41	104.3	89.6
16	90.6	88.4	42	104.3	89.6
17	90.5	88.3	43	104.2	89.3
18	90.4	87.8	44	104.0	89.4
19	91.1	87.2	45	103.9	89.4
20	91.1	87.2	46	103.6	89.5
21	91.0	87.3	47	103.5	89.5
22	91.1	87.5	48	103.6	89.5
23	92.0	88.9	49	103.3	89.4
24	92.2	88.9	50	104.7	89.4
25	92.3	88.9	51	103.8	89.8
26	92.3	88.9	52	104.0	90.1
			53	104.1	91.0

DOMESTIC PROCESSOR PRICE



BASE PROCESSOR PRICES IN CENTS PER DOZEN – (Bi-weekly)

–1988– Weeks	XL	L	M	SM
1	52.5	49.0	41.5	31.5
3	50.5	47.0	39.5	30.0
5	48.5	45.0	38.0	29.0
7	50.5	47.0	39.5	30.0
9	54.0	50.0	42.0	32.0
11	58.0	54.0	45.5	34.5
13	50.5	47.0	39.5	30.0
15	47.5	44.0	37.0	28.0
17	47.5	44.0	37.0	28.0
19	47.5	44.0	37.0	28.0
21	47.5	44.0	37.0	28.0
23	54.0	50.0	42.0	32.0
25	51.5	48.0	40.5	31.0
27	51.5	48.0	40.5	31.0
29	61.5	57.0	48.0	36.5
31	74.0	69.0	58.0	44.0
33	68.0	63.0	53.0	40.5
35	60.0	56.0	47.0	36.0
*37	60.5	56.0	47.0	35.5
39	72.0	67.0	56.5	42.5
41	72.0	67.0	56.5	42.5
43	58.0	54.0	45.5	34.0
45	62.5	58.0	48.5	34.0
47	65.5	61.0	51.5	38.5
49	55.0	51.0	43.0	32.5
51	55.0	51.0	43.0	32.5
53	71.0	66.0	55.5	42.0

*Amendment – Processor contribution to Surplus Removal discontinued.

SOURCE: CEMA

Canadian Egg Marketing Agency

Financial Statements and Auditors' Report

December 1988

AUDITOR'S REPORT

The Minister of Agriculture
Government of Canada

The National Farm Products
Marketing Council

The Members
Canadian Egg Marketing Agency

We have examined the balance sheet of the Surplus Removal Accounts and the Administration Account of the Canadian Egg Marketing Agency as at December 31, 1988 and the statement of operations and balance (deficiency) of fund of the Surplus Removal Accounts and the Administration Account for the fifty-three week period then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances, except as explained in the following paragraph.

In common with many agricultural products marketing agencies, the Agency derives revenue from levy and service fees charged to producers based on marketings. Due to the structure of the egg producers' levy and service fees, our verification of these revenues was limited to the amounts recorded in the accounts of the Agency and we were not able to determine whether any adjustments might be necessary to levy and service fee income, excess of expenses over revenues, assets and balance of fund.

In our opinion, except for the effects of adjustments, if any, which we might have determined to be necessary had we been able to satisfy ourselves concerning the completeness of income from levy and service fees referred to in the preceding paragraph, these financial statements present fairly the financial position of the Canadian Egg Marketing Agency as at December 31, 1988 and the results of its operations for the fifty-three week period then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding period.

Touche Ross & Co.

Ottawa, Ontario
February 23, 1989

Chartered Accountants

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY
BALANCE SHEET AS AT DECEMBER 31, 1988

($000's)

	December 31, 1988			December 26, 1987
	Surplus Removal Accounts	Administration Account	Total	Total
ASSETS	(Schedule I)			
Current				
Cash	$ (120)	$ 141	$ 21	$ 4,700
Accounts receivable (Note 3)	4,016	863	4,879	3,906
Inventory	420	—	420	289
Inter-accounts receivable (payable)	(2,821)	2,821	—	—
	1,495	3,825	5,320	8,895
Fixed				
Computer, equipment and leasehold improvements	—	1,191	1,191	1,331
Accumulated depreciation and amortization	—	(861)	(861)	(987)
	—	330	330	344
	$ 1,495	$ 4,155	$ 5,650	$ 9,239
LIABILITIES AND BALANCE OF FUND				
Current				
Bank loans (Note 4)	$ 9,700	$ —	$ 9,700	$ —
Accounts payable and accrued liabilities	6,250	1,203	7,453	5,049
	15,950	1,203	17,153	5,049
Balance (deficiency) of fund	(14,455)	2,952	(11,503)	4,190
	$ 1,495	$ 4,155	$ 5,650	$ 9,239

On behalf of the Agency:

..... Director

..... Director

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY
STATEMENT OF OPERATIONS AND BALANCE (DEFICIENCY) OF FUND FOR THE FIFTY-THREE WEEK PERIOD ENDED DECEMBER 31, 1988

($000's)

	December 31, 1988 (53 weeks)			December 26, 1987 (52 weeks)
	Surplus Removal Accounts (Schedule II)	Administration Account	Total	Total
Revenues				
Egg sales	$ 27,749	$ —	$ 27,749	$ 27,971
Levy, service fees and contributions	26,029	8,795	34,824	30,461
Interest and other income	953	318	1,271	1,022
	54,731	9,113	63,844	59,454
Expenses				
Trading operations				
Egg purchases	66,882	—	66,882	54,460
Dyeing and storage	648	—	648	589
Transportation and handling	2,123	—	2,123	1,737
Provincial agents' fees	221	—	221	200
Interest	905	—	905	111
Brokerage, customs and excise	26	—	26	9
Other	145	—	145	12
Fowl removal program	801	—	801	—
	71,751	—	71,751	57,118
Promotion	—	1,778	1,778	1,413
Advertising	—	1,838	1,838	1,892
Salaries	—	1,725	1,725	1,450
Professional fees and consulting	—	453	453	459
Meetings and travel	—	784	784	641
Office	—	331	331	275
Research	—	328	328	367
Telephone and telex	—	130	130	119
Rent	—	161	161	127
Communications	—	114	114	98
Per diems	—	228	228	192
Other administrative	—	66	66	92
Depreciation and amortization	—	178	178	159
Uncollectible levy, service fees and contributions (recovery)	(456)	—	(456)	(455)
Donation of eggs	128	—	128	175
	71,423	8,114	79,537	64,122
Excess of revenues over expenses (expenses over revenues)	(16,692)	999	(15,693)	(4,668)
Balance of fund, beginning of period	2,237	1,953	4,190	8,858
Balance (deficiency) of fund, end of period	$ (14,455)	$ 2,952	$ (11,503)	$ 4,190

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY
NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS
DECEMBER 31, 1988

1. Activities of the Agency

a) Formation of the Agency
The Canadian Egg Marketing Agency was established to ensure the orderly marketing of eggs in Canada.

b) Levy and service fees
The provincial egg marketing boards have agreed to act as agents of the Agency for the collection, control and remittance of the levy imposed by the Agency. Further amounts are paid to the Agency by the provincial boards to finance the national product removal system pursuant to the supplementary federal-provincial agreement and, in the case of Quebec and Alberta, through service fees payable pursuant to a commercial contract.

c) Removal activities
The Agency purchases, at specified buy-back prices, all eggs that meet Agency specifications that have been declared by the provincial boards as excess to their table market requirements.

2. Significant accounting policies

a) Basis of accounting
Four funds have been established. The product removal levy, service fees and contributions are allocated to the Domestic Account, Export Account and Producer/Processor Account. All transactions involving the buying and selling of declared eggs are recorded in the Domestic Account and Producer/Processor Account for domestic sales of product and the Export Account for export sales of product excess to the domestic requirement. The administration levy and service fees and all administration expenses are recorded in the Administration Account.

On September 4, 1988, the Board of Directors passed a resolution to eliminate the Producer/Processor Account. At that time, contributions to this Account were terminated but the responsibility for funding of surplus removal activities carried on by this Account was continued to December 31, 1988. As at December 31, 1988, the Agency had recorded a liability equal to the balance of funds in this Account. Ultimate distribution of the proceeds will be determined in 1989.

b) Inventory
Inventory of shell eggs is valued at the lower of cost and net realizable value. Shell eggs consist of eggs declared to the Agency but unsold at the end of the period. All shell eggs were sold subsequent to the end of the period.

c) Fixed assets
Fixed assets are recorded at cost. Depreciation and amortization of fixed assets are calculated using the straight-line method over their anticipated useful lives as follows:

Office equipment	10 years
Computer	5 years
Leasehold improvements	over term of lease

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY
NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS
DECEMBER 31, 1988

3. Accounts receivable

Accounts receivable consist of the following:

	December 31, 1988			December 26, 1987
	Surplus Removal Accounts ($000's)	Administration Account	Total	Total
Levy, service fees and contributions net of allowances for uncollectible amounts of $1,263,000 (1987 — $1,810,000)	$ 2,447	$ 741	$ 3,188	$ 2,590
Egg sales	1,564	—	1,564	1,159
Other	5	122	127	157
	$ 4,016	$ 863	$ 4,879	$ 3,906

4. Bank loans

Bank loans in the amount of $9,700,000 are secured by a general security agreement under a line-of-credit agreement with a total approved limit of $10 million, payable on demand. Interest is calculated at prime on the first $5 million and prime plus 1/4% on the remaining $5 million.

Subsequent to December 31, 1988, the Agency re-negotiated its line-of-credit agreement under which it has increased its total approved limit to $14 million, payable on demand, secured by a general security agreement. This agreement was conditional on the Agency obtaining loans totalling $1 million from certain provincial boards. Interest is to be calculated at prime on the first $7 million and prime plus 1% on the remaining $7 million.

Any amounts drawn on this line-of-credit in excess of $7 million are repayable based on a repayment schedule commencing in September 1989 and concluding in March 1990. Total repayments by December 31, 1989 would be $4.5 million with $2.5 million due by March 31, 1990.

In addition, the Agency has another demand loan facility with an authorized limit of $500,000 with interest calculated at prime. At December 31, 1988 no amounts were outstanding under this facility.

5. Inter-account transfers

At December 31, 1988, the Agency had not received all the documentation needed to substantiate that a portion of the sales reflected in the Export Account were in fact export sales. Should it be established that these were sales for the domestic market, the net cost of these sales transactions will be charged to the Domestic Account. At December 31, 1988, the maximum contingent liability of the Domestic Account to the Export Account related to these sales amounted to approximately $7,235,000.

During the period, the Agency established that a portion of the sales previously reflected in the Export Account were sales for the domestic market. The net cost of these sales which amounted to $2,286,000 (1987 — $830,000) was transferred to the Domestic Account from the Export Account.

6. Commitments

The Agency is committed under the terms of operating lease contracts for the rental of premises in the aggregate amount of $2,089,000 as follows:

1989	$ 126,000
1990	170,000
1991	182,000
1992	194,000
1993	206,000
Thereafter	1,211,000
	$ 2,089,000

7. Financial statement approval

These financial statements were approved by the Audit Committee of the Agency on February 28, 1989.

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY
SURPLUS REMOVAL ACCOUNTS
BALANCE SHEET AS AT DECEMBER 31, 1988

($000's)

SCHEDULE I

	December 31, 1988				December 26, 1987
	Domestic Account	Export Account	Producer/ Processor Account	Total Surplus Removal Accounts	Total Surplus Removal Accounts
ASSETS					
Current					
Cash	$ (288)	$ 168	$ —	$ (120)	$ 2,959
Accounts receivable	3,142	874	—	4,016	3,191
Inventory	277	143	—	420	289
Inter-accounts receivable (payable)	418	(3,239)	—	(2,821)	—
	$3,549	$(2,054)	$ —	$1,495	$6,439
LIABILITIES AND BALANCE OF FUND					
Current					
Bank loans	$ 9,700	$ —	$ —	$ 9,700	$ —
Accounts payable and accrued liabilities	3,671	2,579	—	6,250	4,201
	13,371	2,579	—	15,950	4,201
Balance (deficiency) of fund	(9,822)	(4,633)	—	(14,455)	2,238
	$3,549	$(2,054)	$ —	$1,495	$6,439

On behalf of the Agency:

....., Director

....., Director

CANADIAN EGG MARKETING AGENCY
SURPLUS REMOVAL ACCOUNTS
STATEMENT OF OPERATIONS AND BALANCE (DEFICIENCY) OF FUND
FOR THE FIFTY-THREE WEEK PERIOD ENDED DECEMBER 31, 1988

SCHEDULE II

($000's)

	December 31, 1988 (53 weeks)				Dec. 26, 1987 (52 weeks)
	Domestic Account	Export Account	Producer/ Processor Account	Total Surplus Removal Accounts	Total Surplus Removal Accounts
Revenues					
Egg Sales	$ 21,509,	$ 6,240	$ —	$ 27,749	$ 27,971
Levy, service fees and contributions	15,262	9,372	1,395	26,029	24,016
Interest and other income	134	819	—	953	817
Inter-account transfers (Note 5)	2,288	2,286	(4,574)	—	—
	39,193	18,717	(3,179)	54,731	52,804
Expenses					
Trading operations					
Egg purchases	44,145	22,737	—	66,882	54,460
Dyeing and storage	456	192	—	648	589
Transportation and handling	1,375	748	—	2,123	1,737
Provincial agents' fees	143	78	—	221	200
Interest	722	183	—	905	111
Brokerage, customs and excise	—	26	—	26	9
Other	20	2	123	145	12
Fowl removal program	—	801	—	801	—
	46,861	24,767	123	71,751	57,118
Uncollectible levy, service fees and contributions (recovery)	(493)	37	—	(456)	(339)
Donation of eggs	63	65	—	128	175
	46,431	24,869	123	71,423	56,954
Excess of expenses over revenues	(7,238)	(6,152)	(3,302)	(16,692)	(4,150)
Balance (deficiency) of fund, beginning of period	(2,584)	1,519	3,302	2,237	6,387
Balance (deficiency) of fund, end of period	$(9,822)	$(4,633)	$ —	$(14,455)	$ 2,237

Office canadien de commercialisation des oeufs

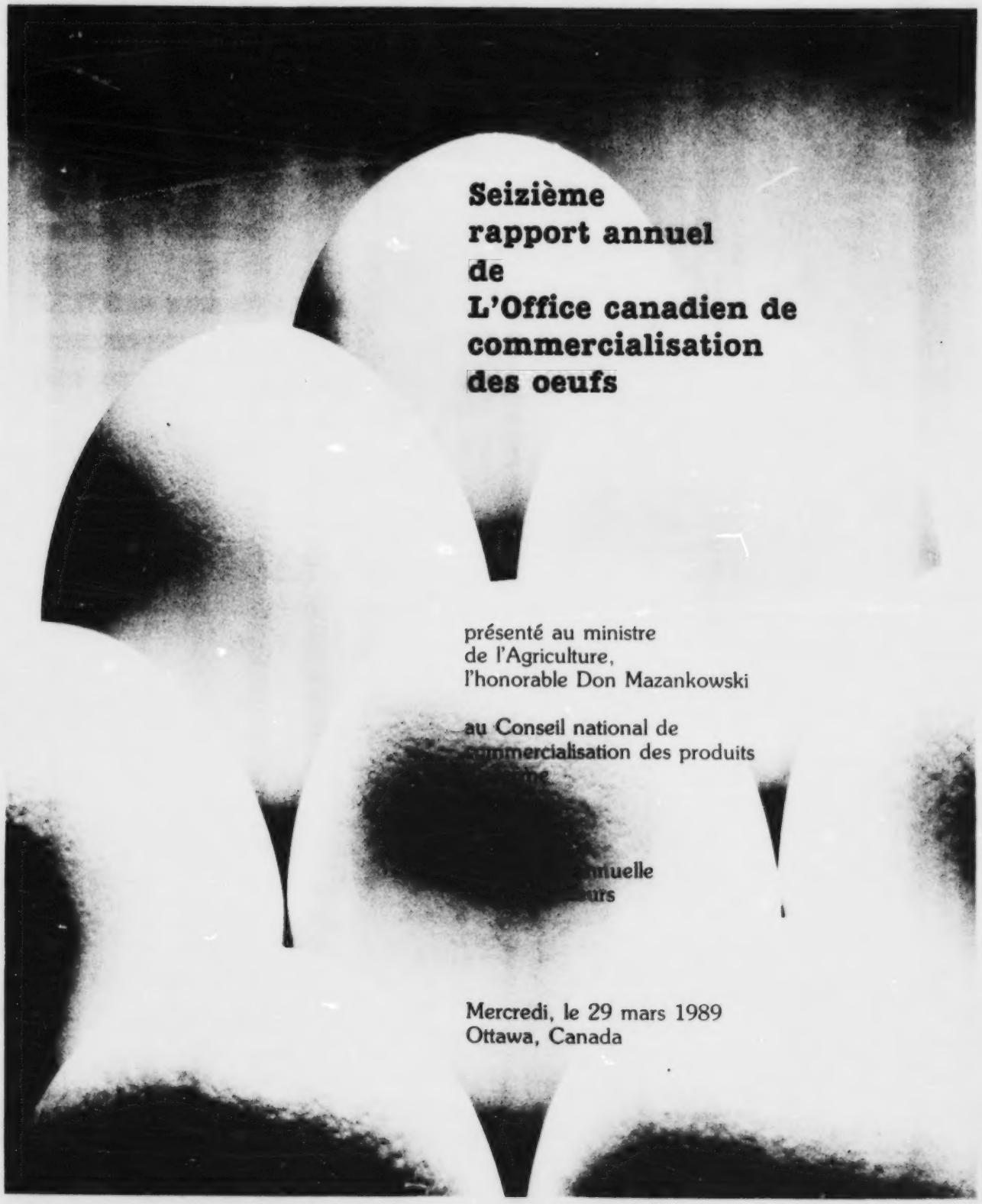
Seizième rapport annuel

L'Office canadien de commercialisation des oeufs

L'Office canadien de commercialisation des oeufs est un organisme statutaire qui fut établi le 12 décembre 1972 par proclamation du Gouverneur général en Conseil. L'OCCO est responsable, en vertu de la loi fédérale et d'un Accord fédéral provincial :

- d'établir le prix des oeufs à la ferme, le régir, les approvisionnements nationaux ;
- d'écouler les oeufs excédant les besoins des marchés nationaux ; et
- de promouvoir la consommation d'oeufs.

L'Office exerce ses pouvoirs en collaboration avec les offices provinciaux de commercialisation des oeufs.



Seizième rapport annuel de L'Office canadien de commercialisation des oeufs

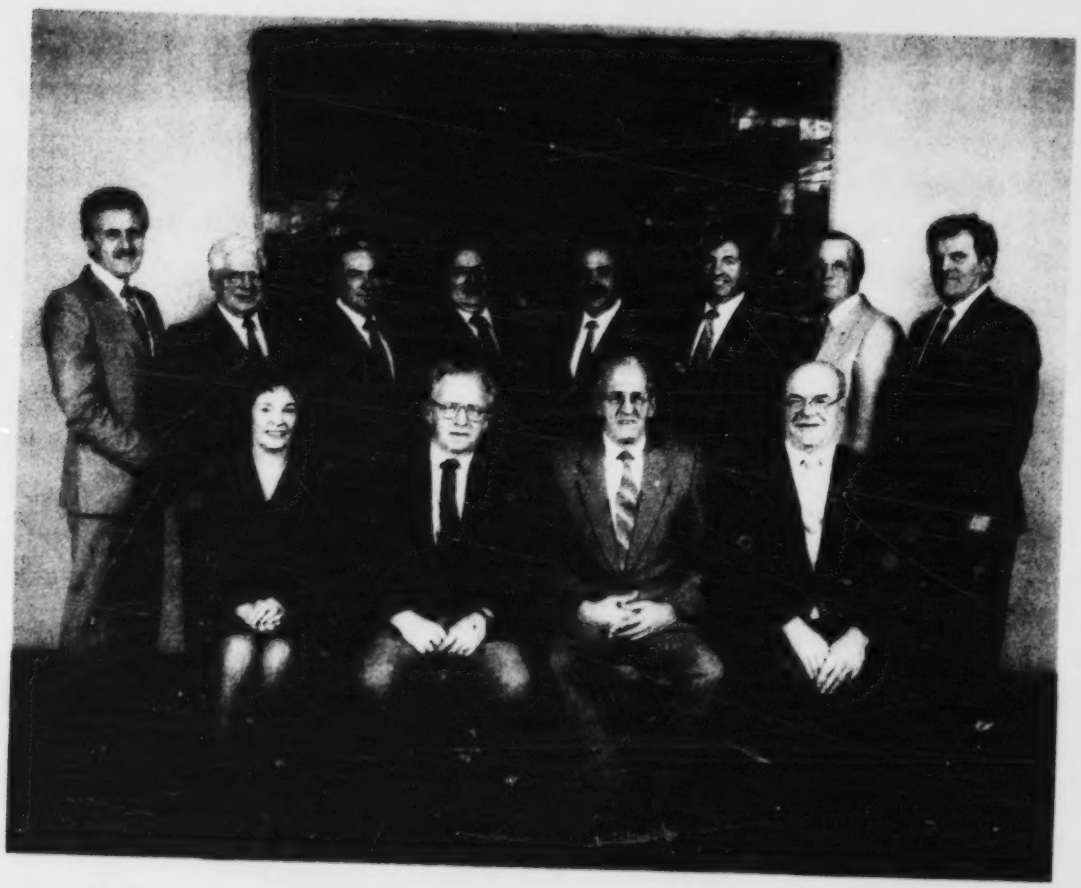
présenté au ministre
de l'Agriculture,
l'honorable Don Mazankowski

au Conseil national de
commercialisation des produits

nuelle
urs

Mercredi, le 29 mars 1989
Ottawa, Canada

Les administrateurs 1988



Conseil d'administration de l'Office canadien de commercialistion des oeufs en 1988. **À l'arrière, de gauche à droite:** Gerry Gartner (Directeur général), Scott Simmons (T.-N.), George McMillan (Alb.), Raymond Laplante (Qc), Fred Krahn (C.-B.), Alex Craig (Ont.), Arnold McLeod (suppléant pour le N.-B.), Bill Schmitke (Man.). **À l'avant, de gauche à droite:** Carol Teichrob (Sask.), Stan Steen (Président), Don Newcombe (N.-É.), Bert Haneveld (Î.-P.-É.).

Mot du président

En 1988, l'OCCO a relevé de nombreux défis

Ce fut un honneur et un privilège que de servir l'Office canadien de commercialisation des oeufs à titre de président depuis les trois dernières années et demie. Le 8 août 1989, j'aurai complété mon deuxième mandat.

L'année qui vient de s'écouler fut remplie de défis pour l'Office canadien de commercialisation des oeufs. Chaque fois, les administrateurs et la direction se sont efforcés de convertir les menaces en des occasions à la fois pour les consommateurs et les producteurs.

Parmi ces défis, notons l'accord de libre-échange canado- américain, la ronde de négociations du GATT en Uruguay, le comité de liaison, l'équilibre de l'offre et de la demande, le mouvement interprovincial du produit, l'amendement de notre Accord fédéral- provincial et notre système d'exportation.

En fin d'année, le Parlement du Canada adoptait enfin une loi visant la mise en oeuvre de l'accord de libre-échange.

Les producteurs d'oeufs avaient de sérieuses préoccupations quant à l'impact de cet accord sur plusieurs années. L'Office a donc fait valoir ces préoccupations lors de réunions tenues avec le gouvernement, ainsi que par le biais d'échanges de lettres et de témoignages devant le Sénat durant l'été.

Je suis maintenant en mesure d'affirmer que la réponse du gouvernement fut ds plus encourageantes.

Les Ministres nous ont dit que l'accord ne minerait aucunement le programme d'écoulement des excédents, ni les normes canadiennes élevées qui rassurent les consommateurs canadiens en ce qui touche la sécurité de notre denrée.

Un point critique qui demeure toujours sans solution est l'émission des nouveaux permis globaux d'importation autorisés dans le cadre de l'accord de libre-échange.

L'OCCO est membre d'un comité consultatif créé par le ministre fédéral du Commerce pour traiter ces allocations. L'Office soutient que ces importations doivent être dirigées vers des marchés qui en éprouvent le besoin et ce, à des moments de l'année o'u le produit est nécessaire.

Un autre jeu de négociations commerciales a retenu l'attention de l'Office en 1988.

Pendant les deux dernières années, le Canada a participé à la ronde de pourparlers du GATT en Uruguay. Compte tenu de l'accent que met cette ronde de débats sur l'intégration de l'agriculture dans le cadre des règlements du GATT, tous les agriculteurs canadiens ont beaucoup à perdre et à gagner.

En 1988, l'Office a fait part de ses préoccupations à divers groupements agricoles du Canada, d'autres pays, ainsi qu'aux autorités et Ministres fédéraux et provinciaux.

La position de l'OCCO face à cette ronde de discussions est pragmatique et réaliste. Nous sommes d'avis que les débats doivent mener à des améliorations permettant aux pays d'appliquer une variété de politiques agricoles, y compris la gestion des approvisionnements, qui ne sont pas nuisibles au commerce.

Si la source du problème agricole repose au niveau des déséquilibres entre l'offre et la demande, et le recours néfaste aux subsides du gouvernement pour écouler les excédents, le succès de la ronde de l'Uruguay doit donc être évalué selon la façon dont les nouveaux règlements règlent ce problème. Il est naif de croire en une libéralisation totale du commerce agricole dans le cadre de la ronde actuelle de négociations au GATT.

Le défi auquel se heurte notre industrie dans le commerce international restera avec l'Office jusqu'à la fin de la ronde du GATT.

Entre-temps, l'OCCO a relevé plusieurs défis à l'échelle nationale.

En effet, nous avons continué à travailler avec le Conseil national de commercialisation des produits de ferme, par le biais du comité de liaison. Ce groupe a connu un retentissant succès. En 1988, par exemple, il fut entendu que les consommateurs assumeraient le coût du produit lorsque celui-ci est consommé à l'échelle nationale.

Comme le lecteur pourra le constater ailleurs dans ce rapport, les conditions du marché ne se sont pas améliorées en 1988. En août, le Conseil d'administration se retrouvait dans l'obligation de couper les niveaux d'approvisionnements à compter du 1er janvier. En fin d'année, il devint évident que d'autres coupures et améliorations s'imposaient dans les redevances afin de rétablir la situation financière de l'Office.

En 1984, les Signataires de l'Accord fédéral-provincial approuvaient un amendement par lequel on augmentait le niveau d'utilisation des contingents dans chaque province. Une fois qu'une province dépassait ce niveau, des pénalités entraient en vigueur.

Malheureusement, la signature finale de cet amendement n'a jamais eu lieu. Cette étape finale devrait être franchie au tout début de 1989.

Durant les années à venir, l'Office devra relever de nombreux autres défis. Il faudra élaborer des méthodes nous permettant d'améliorer notre système d'exportation. Une partie de la réponse se trouve possiblement au niveau des commerces inter- et intraprovinciaux des oeufs.

Dans le cadre de leur étude de ce point particulier et d'autres défis qu'ils auront à relever, les administrateurs devront constamment équilibrer les préoccupations légitimes de leur province et région par rapport au besoin urgent de réponses et de stratégies nationale qui seront profitables pour les producteurs et les consommateurs.

Peut-être qu'avant tout, cet équilibre constitue l'ultime défi à relever.

À mesure que les administrateurs progressent, ils peuvent toujours se fier sur l'appui d'un personnel dévoué et une excellente équipe de direction. J'ai beaucoup apprécié mon travail avec eux.

Rapport du directeur général

L'Office canadien de commercialisation des oeufs (OCCO) a l'habitude de naviguer dans des eaux houleuses. Il a appris par le passé à vivre dans l'adversité. Et en 1988, l'OCCO a levé l'ancre et s'est de nouveau aventuré en haute mer pour relever de nouveaux défis.

Nous avons eu à faire face à des pressions énormes en 1988.

Le mouvement interprovincial, les imporations, le libre-échange, le GATT et nos problèmes d'excédents ne sont que quelques-unes des questions auxquelles nous devons trouver une solution.

Le mouvement du produit entre les provinces est nécessaire. Les déplacements de population et une modification des préférences des consommateurs dans différentes régions ont amené l'OCCO à réagir et à tenir compte de ces facteurs.

Par exemple, la province d'Ontario compte une population sans cesse croissante dont la préférence va aux gros oeufs. Il faut donc un mouvement interprovincial d'oeufs pour approvisionner ce marché.

La Saskatchewan nous démontre de son côté le besoin d'un mouvement à l'intérieur d'une province. Avec un excédent d'oeufs à Saskatoon et une pénurie à Régina, le mouvement intraprovincial est essentiel dans cette province.

L'établissement des prix et l'écart des coûts de transport entre la Saskatchewan et le Manitoba ont permis le classement des oeufs du Manitoba à Régina, alors que la production de Saskatoon devient excédentaire. Il faut mettre fin à de telles situations.

Pour compliquer davantage les choses, l'accord de libre-échange - dont il est question plus loin dans le présent rapport - autorise des imporations globales accrues de 400 000 boîtes.

Si ces importations additionnelles sont dirigées vers les régions qui en ont besoin et ce, au moment approprié, elles ne nous affecteront pas.

Je ne puis assez insister sur ce point - nous devons nous assurer que le produit est importé quand et là o'u nous en avons besoin.

En 1988, l'OCCO a consacré énormément de temps à traiter de problèmes commerciaux - à la fois bilatéraux et multilatéraux. L'accord de libre-échange a été signé, scellé et mis en application. Nous devons maintenant nous en accommoder.

L'accord de libre-échange touche les producteurs d'oeufs dans quatre secteurs différents: l'harmonisation des normes, l'élimination des droits tarifaires, l'allocation de nouveaux contingents globaux d'importation et l'accès au marché des États-Unis.

Le gouvernement a travaillé de concert avec notre industrie en vue de trouver une solution aux problèmes de l'harmonisation des normes et de l'élimination des tarifs. Le ministre de l'Agriculture nous a donné l'assurance que ces deux problèmes ne mettraient pas en danger les opérations de l'Office canadien de commercialisation des oeufs.

L'accord permet un meilleur accès américain au marché canadien en augmentant les contingents globaux d'importation d'oeufs et des produits à base d'oeufs.

Ces nouveaux contingents signifient que près de six millions de douzaines d'oeufs en provenance des États-Unis seront vendues sur le marché canadien.

Nous ne pouvons accepter que ces oeufs soient aveuglément déversés sur nos marchés. Un tel volume peut déranger l'équili- bre que nous tentons de maintenir entre l'offre et de la demande. Il peut aussi menacer notre programme d'écoulement des excédents et contribuer à la réduction des revenus des producteurs d'oeufs. Il peut également arriver que si le ministère des Affaires extérieures néglige d'attribuer ces permis globaux d'importation de façon judicieuse, le consommateur soit appelé à payer ses oeufs trop cher.

On peut éviter une telle situation si les nouveaux contingents sont acheminés vers les marchés o'u l'on a le plus besoin de produit et au moment opportun. Cela veut dire qu'il faut attribuer ces permis globaux de façon planifiée et rationnelle, et de faire en sorte que le gros de ces importations nous arrivent durant les périodes de forte demande, plutôt que d'accorder des permis supplémentaires.

La dernière préoccupation exprimée par l'OCCO à propos de l'accord de libre-échange a trait à notre accès au marché des États-Unis - ou de façon plus précise, à l'article 701.3 de l'ALE.

Le gouvernement continue de nous donner l'assurance que nous ne sommes pas une entité publique selon les dispositions de l'article 701.3 de l'ALE. Il s'est même dit prêt à prendre notre défense si le gouvernement des États-Unis décide de soumettre la question à un tribunal de règlement des différends.

L'OCCO continue aussi de voir à ce que nos intérêts soient protégés dans le cadre des entretiens de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce.

L'OCCO estime que le problème fondamental auquel doit faire face l'agriculture mondiale d'aujourd'hui repose sur l'excédent de production et les subsides aux exportations. Il faut prendre des mesures pour résoudre ce problème plutôt que de s'attaquer à des facteurs qui ne nuisent en rien aux échanges commerciaux.

L'Office canadien de commercialisation des oeufs soutient que l'article XI du GATT doit être maintenu et même rehaussé.

Le problème vient du fait que les produits transformés et congelés destinés au consommateur, comme les entrées de petit déjeuner congelées qui accaparent une part de plus en plus grande du marché depuis quelques années, sont des succédanés directs de notre produit frais, périssable et primaire. Ces nouveaux produits peuvent facilement nuire à notre système de gestion des approvisionnements.

Nous devons clarifier une fois pour toutes les produits que nous pouvons contrôler à la frontière.

En second lieu, l'OCCO rejette l'équivalence des subsides aux producteurs (ESP) parce qu'il s'agit là d'un instrument de négociation imparfait. Nous croyons que l'ESP pénalise injustement les mesures de contrôle de production qui ne dérangent en rien le commerce mondial.

L'OCCO s'oppose au découplage ou à tout mouvement visant des paiements de transfert de revenu directement aux producteurs

Rapport du directeur général

aux dépens de la gestion des approvisionnements. Enfin, l'OCCO appuie les efforts visant à faire en sorte que les normes ne constituent pas des obstacles cachés au commerce.

Nous devons nous rappeler ce qui est arrivé avec l'ALE. Ne laissons pas le GATT subir le même sort. Nous avons besoin à cette fin d'une participation plus active des autorités provinciales et des producteurs.

Mais, alors que nous voguons allègrement tout au long de l'année 1988, nous ne devons pas non plus oublier notre propre industrie. Des problèmes troublants se sont présentés ici même au Canada.

Au cours de l'année, notre marché des oeufs de table a continué de stagner. Une faible consommation associée à une productivité accrue a fait croître nos excédents.

Nous avons des excédents trop élevés. De fait, même la forte demande anticipée de Noel ne s'est pas produite. Cette situation a eu pour résultat de vider les coffres de l'Office et de presque paralyser notre programme d'écoulement des excédents.

De nombreuses mesures ont été adoptées l'année dernière pour amoindrir ce problème. En juillet dernier, le Conseil d'administration de l'OCCO acceptait une réduction de deux pour cent des contingents. Mais la production a continué d'augmenter et les niveaux d'excédents étaient toujours trop élevés. Entre juillet et décembre 1988, ils ont augmenté de plus de 12 pour cent comparativement à la même période de 1987.

Il était évident que la réduction des contingents n'allait pas suffire. L'automne dernier, notre situation financière s'est empirée. Notre position ne s'améliorait pas pour ce qui est des excédents et les emprunts continuaient d'augmenter. À la fin de l'année, l'OCCO connaissait un déficit budgétaire et ses excédents atteignaient des sommets sans précédent.

L'OCCO devra adopter d'autres mesures en 1989.

Je crois que le temps est venu de jeter un coup d'oeil à ce que la gestion des approvisionnements a fait pour les producteurs d'oeufs du Canada, de même que pour les classeurs et les transformateurs. Au cours des 15 dernières années, notre Office nous a donné la stabilité.

Nous possédons un système qui fait l'envie de nombreux pays étrangers. Nous avons sauvegardé la ferme familiale. Les revenus des producteurs sont aujourd'hui à des niveaux comparables à ceux de n'importe quel autre secteur de l'agriculture canadienne.

Les producteurs récupèrent leur coût de production et touchent en plus un rendement raisonnable sur leur investissement. Et, ce qui est plus important encore, c'est que nous assurons aux consommateurs un produit de première qualité à un prix équitable.

Il faudrait que les producteurs apprécient davantage notre système. Je suis convaincu que les producteurs d'oeufs du Canada ne voudraient pas d'un système comme celui qui existe aux États- Unis.

Au cours de ces derniers mois, l'industrie des États-Unis a estimé que les producteurs américains touchent sept cents de moins la douzaine d'oeufs que leur coût de production.

En 18 mois, les producteurs américains ont perdu 75 pour cent de leurs valeurs. Trois cents producteurs d'oeufs des États-Unis ont quitté l'industrie au cours des six derniers mois de 1988.

L'intégration verticale est devenue la norme aux États-Unis. Deux entreprises possèdent à elles seules plus de pondeuses que nous tous au Canada.

Je crois qu'il est temps pour les producteurs canadiens de se ressaisir et de songer un peu à ce qu'ils peuvent faire pour le système. Nous en avons tous profité, donnons-nous donc la main maintenant pour sortir de notre impasse financière.

De fait, cette expérience nous a permis de mettre le doigt sur nos points faibles et nous obligera à faire preuve de plus de créativité. Elle nous a obligés à faire un examen de conscience - à analyser comment nous faisons ce que nous faisons.

Elle nous a permis de sortir de notre propre suffisance. Et je crois que c'est bon. Nous en avons tous besoin de temps à autre. Cet exercice nous a donné une meilleure perspective de nos opérations. Nous ne pouvons plus rien prendre pour acquis. Nous devons continuer à le comprendre. Et nous devons maintenant faire quelque chose à ce sujet.

Tout en cherchant des solutions à nos problèmes actuels, n'oublions pas nos stratégies à longue échéance.

Il est évident que nos problèmes sont dus à un certain nombre de raisons flagrantes. Il est aussi évident que les goûts et les préférences des consommateurs canadiens ont changé. Il y a eu déplacement dans la demande d'oeufs et de produits à base d'oeufs. Ce phénomène a certainement un effet sur les quantités. La demande des transformateurs augmente alors que celle des consommateurs d'oeufs de table diminue.

Nous devons apprendre à nous adapter à cette nouvelle réalité du marché et peut-être à orienter notre stratégie de marketing dans cette direction.

Il est également important qu'à l'avenir nous maintenions l'intégrité de notre système. Nous devons faire en sorte de répondre et de faire face aux pressions et aux menaces externes comme celles des questions commerciales.

Nous ne devons pas non plus jamais oublier les préférences du consommateur. La baisse de consommateion peut être un message destiné à chacun de nous. Le temps est peut-être venu de réagir et de tenir compte de la situation, voire même de prendre des

notes. Pourquoi notre produit ne se vend-il plus comme autrefois?

Peut-être, comme je l'ai déjà mentionné, sommes-nous devenus trop confiants en nous-mêmes. Cette rebuffade peut être juste ce qu'il nous faut pour nous aider à remonter la pente. Et je suis certain que nous saurons relever ce défi. Nous l'avons toujours fait par le passé.

Je suis convaincu qu'avec l'aide et le travail ardu de ceux et celles qui s'intéressent à l'industrie, nous surmonterons ces nouveaux problèmes et continuerons à présenter une industrie canadienne des oeufs stable et saine comme nous l'avons fait depuis des années.

Je veux profiter de l'occasion pour remercier la direction de l'OCCO, son personnel, ses administrateurs et les offices provinciaux.

Rapport des administrateurs

En 1988, le Conseil d'administration prenait des mesures visant à freiner la hausse des excédents dans le cadre du système. En juillet, le Conseil approuvaitune coupure de deux pour cent dans les contingents, à compter de janvier 1989. Le mois suivant, il décidait d'appliquer également une augmentation d'un pour cent dans les redevances des producteurs.

Afin d'alléger davantage le problème des excédents, un programme de libération des installations était appliqué durant l'année. Dans le cadre de ce programme, les producteurs choisis retiraient leurs troupeaux une ou deux semaines avant le remplacement régulier, réduisant ainsi leur production. Afin de couvrir les coûts fixes, les producteurs qui ont participé au programme recevaient une compensation équivalente à la durée de la libération de leurs installations.

Augmentation de la redevance des consommateurs

Afin de redresser la situation financière de l'Office, il fallait accroître la redevance des consommateurs. Le comité de liaison, formé de membres du Conseil national de commercialisation des produits de ferme (CNCPF) et de l'OCCO, a éliminé le plafon de 3,5 cents touchant la redevance des consommateurs qui était mis en place en 1986. La redevance fut accrue à 5 cents, à compter de janvier 1989.

Un problème associé aux excédents était celui du mouvement interprovincial du produit. En 1988, le CNCPF décidait que les coûts du fret, partiellement subventionnés par la redevance des consommateurs, seraient dorénavant parrainés par le biais de la redevance des producteurs.

Le programme d'écoulement des excédents de l'OCCO a aussi été mis en vedette en 1988 suite à l'accord de libre-échange canado- américain ratifié en décembre. Le Conseil approuvait un certain nombre de mesures visant à réduire le risque. Le gouvernement fédéral rassurait l'OCCO à savoir qu'il prendrait sa défense si la question était portée devant un tribunal de règlement des différends.

Importance du GATT

Aussi, le Conseil d'administration, tenant compte du rôle primordial de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) dans le cadre de la gestion des approvisionnements au Canada, a demandé au personnel de prendre les mesures nécessaires pour protéger les intérêts de l'Office dans la ronde de négociations multilatérales en Uruguay qui se déroule à Genève. Les administrateurs ont aussi encouragé tous les producteurs à participer.

L'aspect légal des contrôles à l'importation, qui constituent les bases de la gestion des approvisionnements au Canada, dépend des dispositions particulières de l'article XI du GATT. Si ces dispositions disparaissent, la gestion des approvisionnements au Canada n'existera plus.

Nomination d'un nouveau directeur général

En mars, Gib Shouldice annonçait sa démission comme directeur général de l'OCCO à compter du mois d'août. Durant les mois d'été, le Conseil d'administration a rencontré un certain nombre de candidats susceptibles de le remplacer. En août, le Conseil était fier d'annoncer la nomination de M. Gerry Gartner à titre de nouveau directeur général de l'Office.

M. Gartner possède une vaste expérience du secteur agricole. Il a occupé le poste de sous-ministre de l'Agriculture du Manitoba de 1983 à janvier 1988. De 1979 à 1982, M. Gartner a occupé le même poste au sein du gouvernement de la Saskatchewan.

M. Gartner compte plus de 25 années d'expérience en agriculture en plus d'avoir occupé des postes de gestion supérieure au sein de sociétés d'État.

Il est originaire de la Saskatchewan o'u il fut élevé sur une ferme d'élevage de bétail. Il est diplômé de l'Université du Wisconsin o'u il obtint un PhD en économie agricole en 1970.

Rapport des administrateurs

Carol Teichrob, Saskatchewan

Don Hicks, Nouveau-Brunswick

Scott Simmons, Terre-Neuve

Alex Craig, Ontario

Bill Schmitke, Manitoba

Raymond Laplante, Québec

Fred Krahn, Colombie-Britannique

George McMillan, Alberta

Bert Haneveld, Île-du-Prince-Édouard

Don Newcombe, Nouvelle-Écosse

Helen Tymoczko, Directrice en province

Étude du marché — Les prix

La sécheresse estivale affecte le prix des oeufs

En 1988, le prix des oeufs a augmenté de façon importante à cause des coûts plus élevés de la moulée suite à la sécheresse qui a sévi durant l'été.

En fin d'année, le prix à la ferme des oeufs de catégorie A-Gros oscillait entre 13 et 17 cents de plus qu'au début de l'année.

L'OCCO établit le prix des oeufs à la ferme au début de chaque mois à l'aide d'une formule des coûts de production. Cette formule assure que les producteurs récupèrent leurs coûts de production en plus de toucher un revenu raisonnable. Avant leur publication, les prix sont d'abord soumis au Conseil national de commercialisation des produits de ferme.

En 1988, le coût moyen pondéré de production pour une douzaine d'oeufs de catégorie A-Gros était, au Canada, de 102,74 cents, soit cinq cents de plus que le coût moyen de 97,70 cents en 1987. À l'exception de la moulée les coûts de production ont fluctué normalement: les coûts de main-d'oeuvre ont augmenté légèrement alors que ceux des poussins ont baissé.

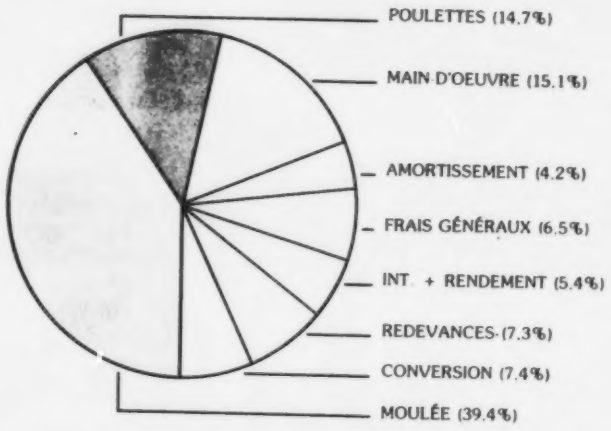
Les coûts de la moulée étaient largement responsables de la hausse des coûts moyens. En 1988, par exemple, un producteur ontarien payait en moyenne 39,92 cents pour la moulée requise à la production d'une douzaine de gros oeufs. En 1987, ce même producteur versait seulement 34,54 cents.

La sécheresse fut aussi responsable des prix passablement plus élevés que devaient payer les transformateurs pour leurs oeufs au cours de l'année. Le prix aux transformateurs canadiens, relié au prix du Midwest américain pour le stock destiné au décoquillage, était fortement influencé par les coûts de la moulée aux États-Unis.

Par exemple, le prix du Midwest américain pour le stock de décoquillage est demeuré en deçà de 50 cents (canadiens) durant le premier semestre de l'année. En été, l'influence de la sécheresse sur les prix de la moulée a fait grimper les prix en flèche, atteignant un niveau aussi élevé que 69 cents. Vers la fin de l'année, les prix se sont stabilisés autour de 60 à 65 cents.

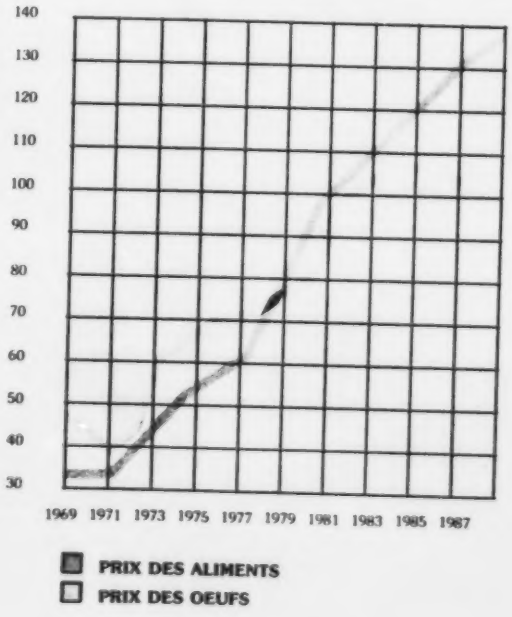
COÛT DE PRODUCTION

(M.N.P. POUR LE CANADA)



INDICES DES PRIX 1969 - 1988

(1981 = 100)



Une production supérieure avec moins de pondeuses

En 1988, les gains de productivité ont compensé les réductions effectuées dans le troupeau national de pondeuses, donnant comme résultat une hausse nette de la production nationale. Même avec 89 000 poules en moins, la production accusait une hausse de 119 000 boîtes durant l'année, soit près d'un demi pour cent de plus que l'année précédente.

Dans l'ensemble, la production domestique grimpait de 27,48 millions de boîtes en 1987 pour atteindre 27,6 millions de boîtes en 1988. Entre-temps, le troupeau national de pondeuses passait de 18,55 à 18,47 millions de poules.

Cette tendance traditionnelle plutôt lente vers une industrie plus concentrée s'est poursuivie en 1988. Les 42 producteurs réglementés qui ont quitté l'industrie en 1988, faisant passer le total à 1 734 en fin d'année, n'ont pas influencé le niveau global de production.

En conséquence, la taille moyenne des troupeaux réglementés augmentait pour la quatrième année consécutive. En 1988, la taille moyenne était de 11 244 poules par producteur comparativement à 10 978 en 1987. Les producteurs de la Nouvelle-Écosse, du Nouveau-Brunswick, du Québec et de la Colombie-Britannique comptaient, en moyenne, plus de 15 000 pondeuses.

Les hausses de la production nationale se sont faites sentir principalement au niveau des oeufs de catégorie A-Gros et Extra- gros. La production d'oeufs de catégorie A-Gros, qui représentait 50 pour cent des 26,1 millions de boîtes de produit de catégorie A, augmentait de 0,4 pour cent en 1988. D'autre part, la production d'oeufs de catégorie A-Extra-gros, qui représentait 18,4 pour cent de l'ensemble du produit de catégorie A, augmentait de près d'un pour cent durant la même période.

La production d'oeufs de catégorie A-Moyens et Petits baissait de 0,4 et 2,4 pour cent respectivement. Aussi, la production du calibre Peewee et des catégories B et C chutait de près de 23 500 boîtes pour se stabiliser autour de 1,26 million de boîtes.

La production d'oeufs à l'échelle nationale s'est tout de même accrue malgré des niveaux inférieurs dans six provinces sur dix. La production augmentait uniquement en Colombie-Britannique, en Saskatchewan, au Manitoba et à Terre-Neuve. En Colombie- Britannique, la production des oeufs tels quels à la production augmentait de 91 000 boîtes, réduisant par le fait même le volume des oeufs classés.

En Ontario, o'u près de 41 pour cent des oeufs canadiens sont produits, la production était stable autour de 11,2 millions de boîtes. Au Québec, la production chutait d'environ 16 000 boîtes sur un total de 4,5 millions.

Chaque année, les approvisionnements canadiens en produit de catégorie A sont aussi complémentés par des importations. En 1988, ces dernières étaient tout juste inférieures à 300 000 boîtes ou environ 1,1 pour cent de l'approvisionnement national en oeufs de catégorie A. Cela représente une baisse de 16,7 pour cent comparativement aux 359 000 boîtes importées en 1987.

Les oeufs de calibre Gros, qui constituent 65 pour cent des importations, étaient responsables de la plus grande partie de ce déclin. Les importations d'oeufs de calibre Gros ont passé de 251 000 boîtes en 1987 à 194 000 en 1988. Les importations d'oeufs de calibre Moyen augmentaient légèrement à 91 600 boîtes, un gain d'environ 1 700 boîtes par rapport à l'année précédente.

PLACEMENTS DE POULETTES

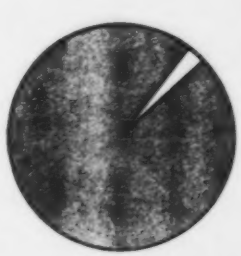
— en milliers —

	1988	1987	% CHANGEMENT EN %
Colombie-Britannique	2 692	2 790	-3,5
Alberta	2 200	2 249	-2,2
Saskatchewan	1 006	1 099	-8,5
Manitoba	2 913	3 014	-3,4
Ontario	8 899	9 268	-4,0
Québec	3 079	3 125	-1,5
Atlantic Canada	2 090	2 040	2,5
Canada	22 879	23 584	-3,0

**À l'exclusion de l'effet du mouvement interprovincial et des importations de poulettes de début

SOURCE: Agriculture Canada (Étude du marché avicole)

SOURCE D'APPROVISIONNEMENTS DE CATÉGORIE 'A'



IMPORTATIONS (1.1%)

PRODUCTION NATIONALE (98.9%)

Étude du marché — La demande

Baisse de la demande du produit de table pour la deuxième année consécutive

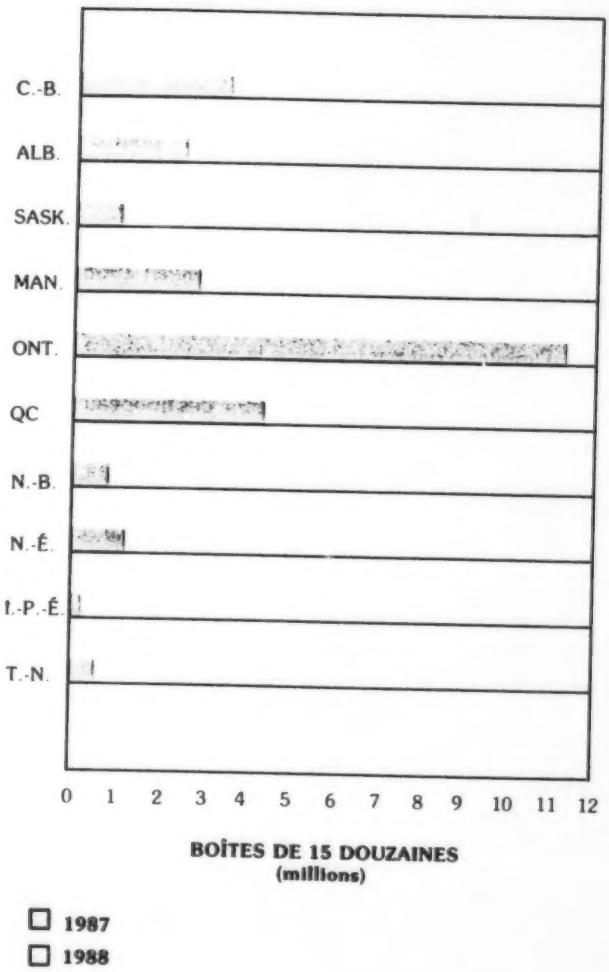
Pour la deuxième année d'affilée, les Canadiens ont consommé 1,7 pour cent d'oeufs en moins que l'année précédente. La demande a tombé de 400 000 par rapport au niveau de 22,9 millions de boîtes en 1987, atteignant 22,5 millions de boîtes en 1988. Au cours des deux dernières années, la consommation a chuté de pratiquement 800 000 boîtes.

La disparition des oeufs de catégorie A-Gros, qui représentent près de 55 pour cent de toute la disparition du produit de table, était responsable de la plus grande partie de cette baisse en 1988. En effet, la consommation des oeufs de catégorie A-Gros chutait de 2,7 pour cent, représentant une perte de 340 000 boîtes par rapport à l'année précédente.

Toutefois, les ventes aux décoquilleurs ont augmenté de façon importante. Elles ont atteint 2,7 millions de boîtes, un gain de 19 pour cent ou de 435 000 boîtes en comparaison avec 1987.

CLASSEMENTS PROVINCIAUX

(1987 VS 1988)



Étude du marché — Les excédents

Légère hausse des exportations

En 1988, un peu moins de 4,2 millions de boîtes étaient déclarées excédentaires, une hausse de 13,6 pour cent par rapport à 1987. Les oeufs de catégorie A-Gros et Moyens représentaient 72,8 pour cent de ce total.

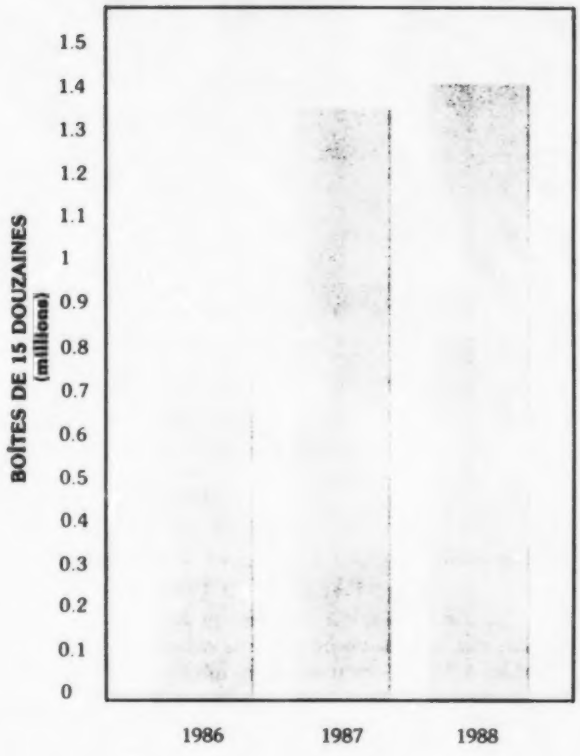
Souvent, les excédents proviennent de fluctuations qui se produisent dans la demande au cours de l'année. En fait, il est nécessaire d'avoir des excédents pour que l'OCCO puisse assurer un approvisionnement régulier d'oeufs canadiens, que ce soit en vue des périodes de forte demande ou pour combler les besoins des régions qui connaissent des pénuries provisoires.

De ce total de 4,2 millions de boîtes d'excédents en 1988, 33 pour cent étaient destinées aux exportations. Celles-ci augmentaient de 3,37 pour cent en 1988, une baisse marquée comparativement à 1987 auquel moment elles grimpaient de près de 54 pour cent. Les exportations aux décoquilleurs s'élevaient à 1,42 million de boîtes en 1988, un peu plus que les 1,37 million de boîtes en 1987.

Les coûts associés à l'exportation des oeufs excédentaires sont assumés par les producteurs d'oeufs canadiens. Ces coûts ne sont aucunement reflétés dans le prix de détail que payent les consommateurs pour les oeufs.

VENTES À L'EXPORTATION

(1986, 1987, 1988)



Comité du commerce

Un comité pour répondre aux pressions de l'ALE et du GAtt

Le succès continu de notre programme de gestion des appro- visionnements repose sur les contrôles à l'importation sanction- nés par l'article XI de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT). En l'absence de ces contrôles, la gestion des approvisionnements au Canada s'écroulerait.

Au cours des dernières années, les pressions se sont faites plus fortes pour enlever au GATT les dispositions particulières prévues pour la gestion des approvisionnements.

Par exemple, on s'est demandé avec inquiétude si l'accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (ALE) n'aurait pas prédominance sur les droits canadiens en matière de gestion des approvisionnements dans le cadre du GATT. Ce qui est encore plus inquiétant pour l'avenir est qu'il n'existe aucune garantie que ces droits ne seront pas éliminés du GATT lorsque la ronde de l'Uruguay des négociations commerciales multilatérales prendront fin en 1990.

Le 28 janvier 1988, le Conseil d'administration de l'OCCO mettait sur pied un comité spécial pour étudier ces problèmes de la plus haute importance.

PROGRAMME DE L'ALE

Lorsque le contenu de l'ALE a été rendu public vers la fin de 1987, l'OCCO a identifié quatre secteurs principaux de préoc- cupations, soit:

- les dispositions prévoyant l'harmonisation des normes;
- l'élimination graduelle des tarifs sur l'importation des oeufs en coquilles;
- l'augmentation des contingents globaux d'importation des oeufs et des produits à base d'oeufs;
- le libellé de l'article 701.3 interdisant la vente à un prix inférieur au prix d'achat de produits agricoles destinés à l'exportation par une "entité publique".

Le gouvernement fédéral a réglé à notre satisfaction les deux premiers problèmes. Nous poursuivons nos démarches afin d'obtenir des résultats concluants pour ce qui est des deux derniers problèmes.

Par exemple, l'OCCO siège à un groupe consultatif gouverne- mental qui déterminera o'u seront dirigés les nouveaux contingents d'importation. Le principe sous-jacent de l'OCCO est que les contingents globaux doivent être attribués aux marchés qui ont besoin du produit au moment o'u le produit est en demande.

L'autre problème resté sans solution repose sur l'article 701.3 de l'ALE. Nous nous inquiétons vivement à propos des perspectives de règlement de différends en vertu des nouveaux règlements de l'ALE. Le sort de l'industrie reposera entre les mains d'un groupe de spécialistes qui ne dispose pas de précédents juridiques sur lesquels baser ses conclusions.

Le comité du commerce a élaboré un plan d'action pour régler ce problème difficile.

La première partie du plan, qui consistait en des pressions intensives destinées à exclure l'OCCO de toute définition "d'entité publique" dans le cadre de l'ALE, a échoué. Même l'une des entreprises de pression les plus prestigieuses d'Ottawa, Public Affairs International, n'a pas réussi à amener le gouvernement à collaborer avec nous sur cette question.

Entre temps, le comité du commerce préparait un plan de repli. Dès le début de juillet 1988, notre conseiller juridique soulignait diverses options susceptibles de ramener les opérations d'écoulement des excédents de l'OCCO en conformité avec l'article 701.3 de l'ALE.

Devant l'échec des efforts de pression et l'inévitabilité de l'adoption de l'ALE après les élections

Comité du commerce

fédérales du mois de novembre, le comité du commerce a avisé le Conseil d'adminis- tration de l'OCCO de donner ordre au personnel de commencer à travailler en vue de ramener notre programme d'écoulement des excédents en conformité avec l'article 701.3. Le Conseil d'administration s'est soumis à la recommandation du comité.

PROGRAMME DU GATT

Le programme du GATT de 1988 a accompli quatre choses: il a établi des positions d'ouverture sur les questions soulevées lors de la ronde de l'Uruguay; il a accru l'image de l'OCCO sur ces questions; il a établi des contacts au pays et à l'étranger; et il a recueilli des renseignements importants relatifs aux négociations du GATT.

Les buts du programme étaient de conclure un accord national et international entre les groupements de producteurs agricoles — et par conséquent les gouvernements — sur les réformes aux articles et codes du GATT qui régissent les programmes nationaux de gestion des approvisionnements.

Pour défendre les intérêts des producteurs canadiens d'oeufs aux négociations du GATT, l'OCCO collabore aux travaux de coalitions nationales et internationales de groupes possédant les mêmes intérêts.

Au niveau national, l'OCCO oeuvre de concert avec les autres offices canadiens de gestion des approvisionnements. Un comité spécial du GATT réunissant toutes les industries soumises à la gestion des approvisionnements, sous la gouverne de la Fédération canadienne de l'agriculture (FCA), a été établi au début de l'année. Alex Craig a été nommé à la présidence de ce nouveau comité.

Avec la participation active de l'OCCO, le comité de la FCA a réussi à promouvoir un dialogue national entre les groupes nationaux de producteurs agricoles et le gouvernement fédéral.

Par exemple, une conférence nationale sur le GATT a été organisée en mai dernier. Cette conférence a réuni plus de 140 participants des secteurs privé et public. Au cours de la journée, les producteurs ont exprimé leurs préoccupations au sujet des négociations du GATT, et les représentants des gourvernements prenant part à ces négociations ont répondu à leurs requêtes.

Au niveau international, l'OCCO a travaillé à établir un réseau international de contacts agricoles. Le réseau s'étend maintenant aux groupements agricoles de seize pays européens, des États-Unis, du Japon et de la Nouvelle-Zélande. D'autres contacts incluent le Comité des organisations agricoles de la communauté européenne (COACE) et la Fédération internationale des producteurs agricoles (FIPA).

Le réseau s'est révélé un atout indispensable pour l'OCCO pour deux raisons.

La première est que le réseau permet à l'OCCO d'examiner le point de vue des groupes de producteurs agricoles de tous les pays du monde, ce qui aide à orienter nos propres efforts dans le cadre du GATT.

La deuxième est que le réseau accorde à l'OCCO une voie d'accès à l'étranger pour communiquer sa position sur le GATT.

En 1989, le comité du commerce poursuivra ses travaux en vue d'atteindre l'idéal d'un environnement national et international caractérisé par l'appui à la position que nous avons adoptée à l'endroit du GATT. À tout le moins, le comité tentera de faire en sorte que l'opposition à notre position soit renservée.

Membres du comité:
ALEX CRAIG, PRÉSIDENT
Fred Krahn
Raymond Laplante
Scott Simmons

Comité du côut de production

Le comité des CDP collabore avec le CNCPF

n 1988, le travail principal du comité des coûts de production (CDP) consistait à collaborer avec le comité de travail du Conseil national de commercialisation des produits de ferme (CNCPF) afin d'appliquer les résultats du sondage sur les CDP de 1986.

Le cabinet Peat, Marwick et Associés a terminé son rapport final sur le sondage des coûts de production d'oeufs pour l'année 1986. Le rapport était approuvé par le Conseil de l'OCCO en janvier 1988. Toutefois, certaines questions demeuraient ouvertes - les coûts de main-d'oeuvre et le rendement sur le capital - et devaient être résolues en collaboration avec le Conseil national de commercialisation des produits de ferme.

Le comité sur les CDP s'est réuni à six reprises en 1988, y compris deux fois avec le comité de la main-d'oeuvre du CNCPF. Les questions de la main-d'oeuvre et du rendement sur le capital ont enfin été résolues lors d'une réunion que tenait le CNCPF en juillet et à laquelle le comité de l'OCCO sur les CDP présentait un exposé. Les résultats du sondage ont été appliqués dans la mise à jour des CDP en août 1988.

L'un des faits saillants de 1988 fut le colloque sur les coûts de production, organisé par le CNCPF et présidé par Glenn Flaten. À ce colloque, on apprenait que l'industrie laitière du Québec et de l'Ontario avait effectué de l'excellent travail sur la question des coûts de production. Il était évident que les points tels les taux pour la main-d'oeuvre et le rendement sur le capital, qui s'étaient révélés problématiques pour l'OCCO, ont été abordés par l'industrie laitière.

Le comité sur les CDP a déjà commencé à étudier le travail requis dans le cadre du sondage sur les CDP de 1989 et qui sera effectué au début de 1990.

Membres du comité:
BILL SCOTT, PRÉSIDENT
Bert Haneveld
Fred Krahn
Raymond Laplante
George McMillan
Scott Simmons

Comité des excédents

Le comité approuve les directives

Le comité responsable de l'écoulement des excédents a tenu trois réunions en 1988.

Le grand nombre d'activités dans le cadre du programme d'écoulement des excédents ont été discutées à ces réunions, ainsi que la façon dont les classeurs, les décoquilleurs, les producteurs et l'Office canadien de commercialisation des oeufs s'en trouvent affectés.

Le comité a recommandé certains changements aux règlements et directives du manuel de l'OCCO sur l'écoulement des excédents. Il s'agit de la première fois que ces règlements sont publiés sous forme de manuel.

D'autres questions incluent l'élimination des surcharges aux transformateurs en rapport à l'emballage, l'élaboration des conditions de vente régissant les transactions avec les transformateurs, l'allocation de nouveaux contingents globaux d'importation et la certification des oeufs dont le mouvement se fait à l'échelle interprovinciale.

Membres du comité:
DONALD NEWCOMBE, PRÉSIDENT
Raymond Laplante
Penny Kelly
Bob Anderson
Bob Feldman
Ed Ferguson
Robert Botsford
Brian Dahms

Comité du budget

Le comité du budget entreprend un travail à longue échéance

En juillet 1988, le comité du budget relevait ce que l'on peut qualifier comme un travail des plus difficiles.

Pour la première fois, le comité s'est penché sur des prévisions triennales, bien au delà du prochain exercice financier.

Le comité a aussi abordé des préoccupations régulières comme le budget administratif, y compris les résultats réels de 1987, le budget de 1988 et les prévisions quant à celuide 1989.

D'autres points soulevés en rapport au budget de 1989 comprennent les programmes de libre-échange et du GATT, le déménagement des bureaux et la mise à jour du système informatique.

Dans le cadre de son examen détaillé des données des divers services pour l'année 1989, le comité reconnaissait les politiques de l'Office visant le maintien d'un compte administratif de 1,5 million de dollars et l'assurance que le budget de marketing n'excède pas 50 pour cent du total des revenus administratifs.

Par ailleurs, les déboursés administratifs devraient augmenter d'un peu moins de un pour cent en 1989, pour atteindre 8,3 millions de dollars. Comme résultat, le solde de clôture du compte administratif devrait être de 2,9 millions de dollars en 1989.

Une réunion fut tenue en juillet entre le comité du budget du Conseil national de commercialisation des produits de ferme et la direction de l'OCCO, le président du comité de marketing de l'OCCO et le président du comité du budget, afin de clarifier quelques points d'intérêt.

Ce travail, amorcé en 1987, s'est révélé profitable à la fois pour le CNCPF et l'OCCO.

Membres du comité:
SCOTT SIMMONS, PRÉSIDENT
George McMillan
Carol Teichrob

Comité de la vérification

Approbation des états financiers

Une étude détaillée des états financiers pour l'exercice terminé le 31 décembre 1988 fut entreprise par le comité en collaboration avec les vérificateurs du cabinet Touche Ross et Cie et la direction de l'OCCO.

Cette étude comprenait une analyse détaillée du bilan et de l'état des revenus pour les trois comptes de l'Office. Le comité était satisfait quant au format de présentation des états financiers et aux notes explicatives.

Aussi, le comité a étudié avec le cabinet Touche Ross les résultats des vérifications intérimaires et de fin d'année. Les vérificateurs n'ont soulevé aucun problème majeur. Les membres du comité étaient d'accord à savoir que les systèmes actuels de contrôle et de gestion financière de l'Office couvraient l'ensemble de la situation et qu'ils se révélaient satisfaisants.

Le comité anticipe travailler en collaboration avec la direction de l'OCCO sur les nouveaux points qui relèveront de la responsabilité du comité de vérification.

Membres du comité:
FRED KRAHN, PRÉSIDENT
Alex Craig
Don Newcombe

Comité des bien — être animaux

Le code d'éthique est prêt

Durant l'année sous étude, le comité mixte de l'OCCO et du Conseil canadien des producteurs d'oeufs sur le bien-être animal a complété les révisions au code d'éthique régissant la manutention de la volaille.

Plusieurs réunions ont été tenues sous l'égide de la Fédération canadienne des sociétés protectrices des animaux, responsable de la mise à jour du code. Ce dernier a été conçu à titre de guide pour tous les secteurs de l'industrie avicole. Son but est de présenter des directives touchant tout ce qui importe à un contexte humanitaire pour la volaille.

La plupart des éléments du code ont été facilement mis à jour. La question des allocations d'espace pour les poules pondeuses s'est toutefois révélée plus difficile. Enfin, il fut recommandé de poursuivre les recherches afin de décider quel était l'espace maximal à accorder pour chaque pondeuse.

Vers la fin de l'année, l'Office canadien de commercialisation des oeufs confiait cette recherche au Professeur Frank Hurnik de l'Université de Guelph. Le Dr Hurnik étudiera, sur trois ans, l'impact de trois habitats sur le bien-être de la volaille.

Le comité a aussi joué un important rôle dans la création d'un comité national sur le bien-être animal sous la direction de la Fédération canadienne de l'agriculture. Ce comité national a regroupé des gens de divers secteurs agricoles et de toutes les régions du Canada, intéressés à la question du bien-être animal. Il est prévu qu'il aidera énormément à l'échange de données.

Le progrès dans un secteur a cependant préoccupé le comité. En effet, il est d'avis qu'il est important pour chaque province d'établir un groupe indépendant qui traitera la question. Le progrès réalisé dans la création de ces groupements provinciaux n'était pas à la hauteur de ce à quoi on s'attendait.

Membres du comité:
JIM JOHNSTONE, PRÉSIDENT
Stan Steen
Bill Schmitke

Comité du marketing

Importance de la recherche du marché

Le comité de marketing travaille étroitement avec le personnel pour s'assurer que le programme de commercialisation de l'OCCO est conçu et appliqué d'une manière professionnelle capable de rencontrer et même de dépasser les normes de rendement de l'industrie.

L'examen fait par le comité du programme proposé pour 1989 est effectué une fois que le directeur général et son personnel sont satisfaits de l'orientation stratégique qu'ils croient appropriée, en se basant sur les rapports de recherche mis à leur disposition et les résultats des programmes précédents. Ce plan annuel de marketing et le budget qui lui est consacré sont alors modifiés et soumis pour approbation à l'assemblée plénière d'été du Conseil d'administration. Un autre examen est effectué par le Conseil national de commercialisation des produits de ferme au moment de l'étude du budget de l'OCCO, à l'automne de chaque année.

La recherche du marché s'est révélée d'une première importance dans la conception et l'évaluation des programmes. L'année 1988 en a été une de transition à plusieurs égards. Après trois années de succès édifié sur la popularité du médaillé d'or olympique Alex Baumann, le temps était venu de se pencher de nouveau vers nos clients et de trouver de nouveaux moyens de les convaincre.

Nous avons commencé par organiser une série de séances regroupant un vaste échantillonnage de consommateurs à Toronto, Montréal, Regina et Vancouver, vers la fin de 1987. Fait intéressant, ces groupes ont de façon générale reconfirmé plusieurs conclusions de réunions semblables tenues en 1984. Les mères voient toujours les oeufs de façon très positive, les enfants les aiment et il n'existe véritablement aucun problème négatif associé au produit.

Les consommateurs ont clairement indiqué qu'ils voient d'abord l'oeuf comme un aliment du petit déjeuner - et trouvent très difficile de le consommer lors des autres repas, sauf en "cas d'urgence". Ils trouvent ennuyant le mode habituel de préparation - poché, bouilli, brouillé ou frit. Par contre, ils savent aussi que si papa ne vient pas souper ou que s'ils ont à préparer en vitesse un repas pour un visiteur qu'ils n'attendaient pas, les oeufs sont toujours là et qu'ils peuvent "préparer quelque chose en un tournemain."

Forts de ces conclusions, nous nous sommes dit qu'il fallait tenter de modifier cette perception que le consommateur a des oeufs - de lui faire oublier que l'oeuf ne peut être servi qu'au petit déjeuner.

C'est là qu'est née l'orientation stratégique de la campagne télévisée lancée à l'automne de 1988 et qui devrait se poursuivre durant une bonne partie de l'année 1990. L'accent continue d'être mis sur les enfants, un message leur étant spécialement consacré, et sur les heures d'écoute du consommateur adulte durant lesquelles de nombreux enfants sont aussi devant le téléviseur.

Un des éléments les plus significatifs de 1988 a été l'augmentation exceptionnelle (de 19 pour cent) de la demande pour les produits transformés. Deux des principaux facteurs de ce mouvement ont été d'adoption par la plupart des pourvoyeurs qui approvisionnent l'industrie du transport aérien d'un petit déjeuner à base d'un produit préparé et l'introduction sur le marché d'entrées surgelées pour le petit déjeuner par deux grands fabricants de produits alimentaires.

Ces deux changements se sont produits vers la fin de 1987, ce qui indique que l'on a pu en ressentir

Comité du marketing

les effets tout au long de l'année.

Bien que les efforts de l'OCCO en matière de commercialisa- tion tendront à ralentir l'érosion des ventes d'oeufs en coquilles, le comité, conformément aux directives du Conseil d'administration, surveille ces développements avec le plus grand soin et rappelle au personnel de rester à l'affût pour trouver des moyens de contribuer positivement à la croissance de nouvelles possibilités de mise en marché.

Un des outils de marketing de l'OCCO lancé il y a deux ans en reconnaissance du fait que de nouveaux travaux de recherche ont démontré la portée dont les décisions d'achat sont prises au surpermarché, a été le recours à de la publicité au niveau du marché de détail, incluant des concours à l'intention des consommateurs et, bien sûr, la campagne annuelle "Juillet, c'est le mois des oeufs". En 1989, cette dernière profite de l'appui de messages télévisés offerts aux régies provinciales sur une base de partage des coûts de 60-40.

Cet effort de collaboration entre l'Office et les régies provinciales en vertu duquel l'OCCO absorbe la majorité des coûts pour permettre aux régies de conserver leur faible budget et de le consacrer à d'autres fns de promotion locale, a reçu l'encouragement du comité. Des spécialistes de la promotion de toutes les provinces se réunissent deux fois par année avec leurs collègues de l'OCCO pour discuter de moyens à prendre pour travailler plus étroitement ensemble et éviter le chevauchement de programmes dans la mesure du possible.

Nous avons continué à mettre l'accent sur l'industrie des services alimentaires et de l'hospitalité en 1988, en ajoutant un programme particulièrement destiné au secteur des institutions. Nos recherches nous ont permis d'identifier certains des besoins- clés de ce groupe - l'importance de la photo couleur montrant à la fois la préparation des aliments et le personnel à l'oeuvre, par exemple, de recettes préparées en plus grande quantité et adaptées à des niveaux inférieurs de compétence que dans les opérations typiques de la restauration et la diffusion d'idées et d'outils promotionnels destinés à un programme axé sur ces besoins particuliers.

En vue de présenter une image uniforme, l'OCCO a tradition- nellement développé, avec l'aide de six régies provinciales qui y participent, un thème commun de promotion pour les foires commerciales de l'industrie. On y trouve du matériel de décoration des kiosques et des dépliants et autres articles publicitaires remis aux visiteurs. On les utilise de façon générale comme "rampe de lancement" pour les nouvelles idées de recettes que l'on veut faire connaître l'année suivante, appuyés d'annonces publicitaires dans les revues spécialisées. Le processus pour en arriver à un consensus est long, débutant lors de la réunion d'avril des spécialistes de la publicité et prenant fin parfois en septembre, pour que le matériel soit prêt dès la première exposition qui suit en février. En 1988, les kiosques des régies du Québec et de l'Ontario ont tous deux mérité le prix du "meilleur kiosque de l'exposition".

Une autre option étudiée en 1988 a été le concept d'une promotion mixte de l'industrie des services de l'alimentation avec un fabricant bien connu - dans le cas de l'OCCO, le groupe Nestlé/Carnation. Le recours à la clientèle d'un fournisseur établi de l'industrie et notre propre réseau de grossistes et de détaillants nous ont permis de mieux atteindre cette industrie.

D'autres éléments de notre campagne de publicité, déjà éprouvés au cours des années passées, comprenaient des communi- qués à l'intention des chroniqueurs chargés des pages de l'ali- mentation dans les journaux et la production de matériel destiné aux programmes scolaires administrés par les régies provinciales.

Le comité s'est également réjoui du fait que les initiatives de 1987 relatives au cholestérol ont été reprises en 1988 et comportaient l'envoi de nouveaux documents par la poste à tous les médecins du Canada de même qu'une campagne intensive de publicité dans les revues de consommateurs. Les préoccupations croissantes face aux initiatives de Santé et Bien-être social Canada quant à l'étiquetage des produits alimentaires, à la publicité sur les aliments aux recommandations sur la nutrition ont donné lieu à des rencontres plus assidues avec des représen- tants de ce Ministère, ainsi qu'avec ceux d'Agriculture Canada.

Le comité profite de l'occasion qui lui est offerte pour remercier chaleureusement le personnel du service de marketing de l'OCCO et les représentants provinciaux pour les efforts sincères qu'ils ont déployés au cours de l'année écoulée. Nous sommes confiants que ces efforts se poursuivront au cours de l'année qui s'amorce et que nous connaîtrons le succès sur de nombreux fronts.

Membres du comité:
DON HICKS, PRÉSIDENT
Raymond Laplante
Bill Schmitke
Tom Graham

RAPPORT SUR LA DISPARITION DES OEUFS DE TABLE AU CANADA

SEMAINE 1988	CLASSEMENTS (AGCAN)	TELS QUELS À LA PROD	IMPORT (AGCAN)	VENTES DE L'OCCO TABLE	VENTES DE L'OCCO DÉCOQUILLEURS	EXPORTATIONS	TOT. COMBINÉ	DISP. TABLE
			(les données sont en boîtes de 15 douzaines)					
1	486 178	6 588	8 030	0	46 248	39 597	85 845	414 951
2	512 684	11 256	521	0	49 088	75 300	124 388	400 073
3	538 548	11 460	0	0	45 534	68 029	113 563	436 445
4	523 645	6 816	0	2 500	38 572	59 964	101 036	431 925
5	512 564	4 968	0	0	34 021	49 130	83 151	434 381
6	508 962	12 768	4 500	0	42 270	42 105	84 375	441 855
7	504 778	10 152	5 019	1 500	35 251	38 523	75 274	446 175
8	509 966	10 716	3 000	0	51 399	58 611	110 010	413 672
9	506 915	8 748	3 000	0	30 398	74 251	104 649	414 014
10	512 816	3 372	1 500	0	40 253	60 144	100 397	417 291
11	509 371	2 664	4 500	900	48 943	15 836	65 679	451 756
12	503 660	4 392	9 517	3 700	31 613	20 827	56 140	465 129
13	500 617	3 180	13 278	4 835	25 462	21 227	51 524	470 386
14	493 793	3 756	27 288	0	22 415	13 573	35 988	488 849
15	483 861	6 084	0	0	43 515	29 321	72 836	417 109
16	501 103	7 980	0	0	39 653	57 892	97 545	411 538
17	495 276	8 628	6 000	0	48 196	67 992	116 188	393 716
18	492 094	4 908	2 844	0	38 610	59 382	97 992	401 854
19	490 030	3 828	2 025	2 400	34 767	34 634	71 801	426 482
20	498 872	1 188	12 600	3 683	50 473	24 795	78 951	437 392
21	502 670	3 036	4 500	0	73 375	22 209	95 584	414 622
22	512 052	3 552	1 500	0	64 617	23 962	88 579	428 525
23	513 362	3 744	0	0	108 249	17 845	126 094	391 012
24	520 679	4 800	3 000	1 000	74 163	46 379	121 542	407 937
25	507 829	3 984	1 529	0	60 188	59 638	119 826	393 516
26	525 224	2 724	3 000	0	68 507	24 828	93 335	437 613
27	500 117	672	3 000	0	56 901	9 918	66 819	436 970
28	501 778	948	2 025	1 000	66 720	22 569	90 289	415 462
29	514 054	888	4 500	9 486	48 632	14 507	72 625	456 303
30	511 781	1 476	4 600	3 450	58 104	15 265	76 819	444 488
31	504 997	3 672	3 525	2 880	52 787	7 924	63 591	451 483
32	496 505	4 668	2 025	6 400	65 261	23 420	95 081	414 517
33	487 646	5 184	3 000	7 900	63 342	19 653	90 895	412 835
34	499 533	2 724	4 466	5 800	62 045	25 221	93 066	419 457
35	496 349	2 076	4 500	7 925	61 618	23 022	92 565	418 285
36	495 117	1 908	4 554	3 200	49 605	22 909	75 714	429 065
37	484 947	1 488	5 270	1 600	44 392	18 394	64 386	428 919
38	495 597	3 204	3 555	7 850	43 354	24 081	75 285	435 071
39	487 178	3 396	3 120	5 722	64 507	13 452	83 681	415 735
40	492 991	2 100	4 284	11 243	44 456	4 500	60 199	450 419
41	498 787	1 416	8 325	1 600	63 687	10 728	76 015	434 113
42	490 026	1 668	1 500	4 800	45 551	7 812	58 163	439 831
43	492 702	2 304	11 060	4 000	59 667	0	63 667	442 399
44	490 629	2 928	11 025	0	71 828	0	71 828	432 754
45	492 630	3 888	19 074	0	63 840	0	63 840	451 752
46	494 600	2 160	7 394	0	59 089	1 872	60 961	443 193
47	492 547	3 684	6 532	0	60 040	6 420	66 460	436 303
48	500 268	2 736	7 513	0	58 890	5 268	64 158	446 359
49	498 017	1 956	1 500	4 172	53 896	6 984	65 052	440 593
50	508 023	1 826	17 675	8 028	49 333	3 650	61 011	474 541
51	504 244	1 224	32 915	2 800	55 688	3 256	61 744	479 439
52	523 315	2 484	1 500	0	52 785	14 976	67 761	459 538
53	493 387	6 948	3 725	0	42 698	12 972	55 670	448 390
TOT-88	**26 615 314**	**224 918**	**299 313**	**120 374**	**2 764 496**	**1 424 767**	**4 309 637**	**22 950 282**
TOT-87	**26 061 930**	**132 292**	**359 050**	**91 010**	**2 276 810**	**1 378 300**	**3 746 120**	**22 898 162**

REMARQUE: LES QUANTITÉS D'EXCÉDENTS SONT SUJETTES À RÉVISION JUSQU'À SIX SEMAINES
SOURCE: OCCO

Statistiques

ALLOCATIONS ET INVENTAIRES 1988

	COLOMBIE-BRITANNIQUE			ALBERTA			SASKATCHEWAN			MANITOBA		
MOIS	**ALLOCATION**	**INVENTAIRE**	**%**	**ALLOCATION**	**INVENTAIRE**	**%**	**ALLOCATION**	**INVENTAIRE**	**%**	**ALLOCATION**	**INVENTAIRE**	**%**
Janvier	2 434 712	2 341 610	96.18	1 503 600	1 421 374	94.53	701 116	666 403	95.03	2 324 778	2 224 470	95.69
Février		2 348 549	96.46		1 427 388	94.93		659 584	94.08		2 230 709	95.95
Mars		2 345 288	96.33		1 427 896	94.97		656 489	93.63		2 190 239	94.21
Avril		2 348 233	96.45		1 431 778	95.22		672 175	95.87		2 212 517	95.17
Mai		2 351 515	96.58		1 437 886	95.63		668 234	95.31		2 243 080	96.49
Juin		2 301 910	94.55		1 436 598	95.54		677 156	96.58		2 241 071	96.40
Juillet		2 304 046	94.63		1 432 887	95.30		645 058	92.01		2 199 906	94.63
Août		2 256 125	92.66		1 438 852	95.69		634 253	90.46		2 195 319	94.63
Septembre		2 284 470	93.83		1 417 520	94.28		653 396	93.19		2 171 583	93.41
Octobre		2 283 388	93.78		1 396 324	92.87		655 832	93.54		2 190 495	94.22
Novembre		2 316 117	95.13		1 400 753	93.16		665 468	94.92		2 199 373	94.61
Décembre		2 313 880	95.04		1 421 158	94.52		661 044	94.28		2 220 511	95.51
MOYENNE		**2 316 261**	**95,13**		**1 424 201**	**94,72**		**659 591**	**94,08**		**2 209 939**	**95,06**

	ONTARIO			QUÉBEC			NOUVEAU-BRUNSWICK			NOUVELLE-ÉCOSSE		
MOIS	**ALLOCATION**	**INVENTAIRE**	**%**	**ALLOCATION**	**INVENTAIRE**	**%**	**ALLOCATION**	**INVENTAIRE**	**%**	**ALLOCATION**	**INVENTAIRE**	**%**
Janvier	7 448 593	7 140 044	95.86	3 228 549	3 062 476	94.86	417 779	379 892	90.93	852 606	819 529	96.12
Février		7 111 031	95.47		3 055 436	94.64		395 859	94.75		793 465	93.06
Mars		7 140 217	95.86		3 067 773	95.02		392 646	93.98		798 973	93.71
Avril		7 100 212	95.32		3 042 018	94.22		379 120	90.75		804 667	94.38
Mai		7 106 427	95.41		3 042 379	94.23		392 367	93.92		790 726	92.74
Juin		7 095 839	95.26		3 029 432	93.83		377 956	90.47		799 226	93.74
Juillet		7 022 215	94.28		3 052 279	94.54		391 060	93.60		804 653	94.38
Août		7 065 457	94.86		3 023 308	93.64		390 848	93.55		761 054	89.26
Septembre		7 007 580	94.08		3 093 919	95.83		401 008	95.99		806 542	94.60
Octobre		7 055 510	94.72		3 020 682	93.56		408 992	97.90		758 883	89.00
Novembre		7 073 814	94.97		3 053 715	94.58		395 383	94.64		801 551	94.01
Décembre		7 041 191	94.53		3 083 656	95.51		394 595	94.45		824 954	96.76
MOYENNE		**7 079 961**	**95,05**		**3 052 256**	**94,54**		**391 644**	**93,74**		**797 019**	**93,48**

	ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD			TERRE-NEUVE			INVENTAIRES TOTAUX				
MOIS	ALLOCATION	INVENTAIRE	%	ALLOCATION	INVENTAIRE	%	MOIS	1988	%	1987	%
Janvier	142 767	139 887	97.98	441 799	412 806	93.44	Janvier	18 608 492	95.45	18 614 769	95.48
Février		139 208	97.51		413 414	93.58	Février	18 574 641	95.27	18 632 357	95.57
Mars		132 986	93.15		395 423	89.50	Mars	18 547 928	95.14	18 516 358	94.97
Avril		125 977	88.24		398 513	90.20	Avril	18 515 210	94.97	18 543 905	95.12
Mai		137 228	96.12		403 902	91.42	Mai	18 573 742	95.27	18 587 628	95.34
Juin		140 024	98.08		408 123	92.38	Juin	18 507 333	94.93	18 605 767	95.43
Juillet		139 363	97.62		398 746	90.26	Juillet	18 390 213	94.33	18 468 863	94.73
Août		137 788	96.51		398 705	90.25	Août	18 301 709	93.87	18 511 000	94.95
Septembre		132 377	92.72		403 862	91.41	Septembre	18 372 255	94.23	18 521 266	95.00
Octobre		130 738	91.57		404 356	91.52	Octobre	18 305 199	93.89	18 460 868	94.69
Novembre		127 826	89.53		405 555	91.80	Novembre	18 439 555	94.58	18 600 804	95.41
Décembre		134 983	94.55		406 420	91.99	Decembre	18 502 392	94.90	18 643 377	95.63
MOYENNE		**134 865**	**94,47**		**404 152**	**91,48**	**MOYENNE**	**18 469 889**	**94,74**	**18 558 915**	**95,19**

*L'allocation fait allusion à l'émission totale de contingents dans le cadre de l'Accord fédéral-provincial.

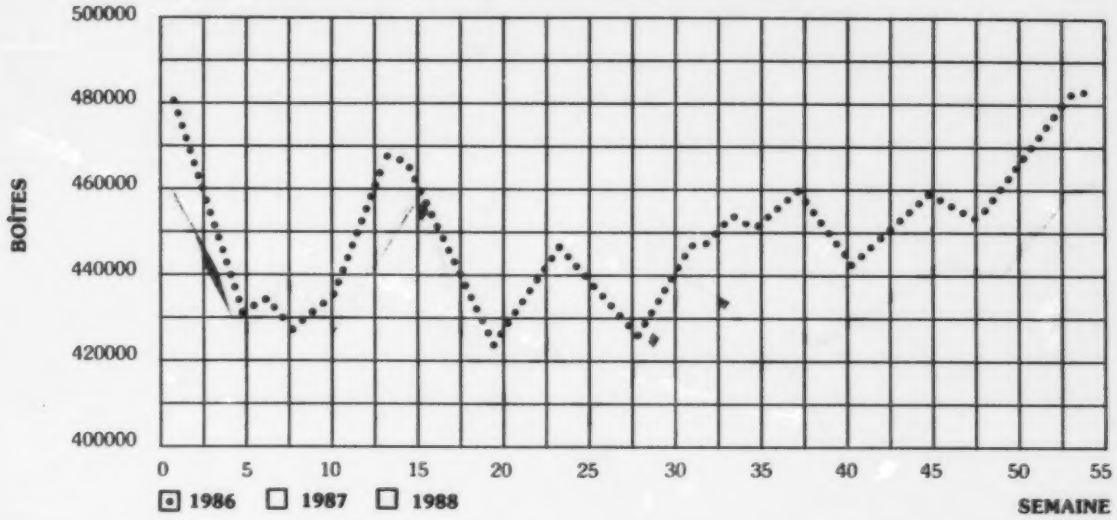
L'inventaire fait allusion au nombre de pondeuses dans les troupeaux provinciaux selon la vérification des inventaires de poules par l'OCCO.

Les inventaires sont fonction d'une moyenne mensuelle.

Les inventaires **MOYENS** sont fonction d'une moyenne de 52 semaines.

ESTIMÉS DE L'OCCO DISPARITION DES OEUFS DE TABLE

(moyenne mobile de 5 ans)
1984 À LA SEMAINE 53 DE 1988



MOUVEMENT INTERPROVINCIAL ESTIMÉ DES OEUFS DE TABLE
RAPPORT COMPOSITE

ACHETEURS / VENDEURS	C.-B.	ALB.	SASK	MAN	ONT	QC	N.-B.	N.-É.	Î.-P.-É.	T.-N.	TERR.	YUKON	ACHATS 1988
C.-B.													
ALB.	70 670		4 598								20 677	31 103	127 048
SASK.		143 243			2 735								145 978
MAN.	47 976	561 226	142 817		402 770						3 126		1 157 915
ONT.						1 708 738				165			1 708 903
QC					180 028		13 473			600			194 101
N.-B.													
N.É.					2 283		67 387		200	10 770			80 640
Î.P.É.							1 641						1 641
T.-N.													
TERR. YUKON											12	4 032	4 044
VENTES TOTALES	118 646	704 469	147 415		587 816	1 708 738	82 501		200	11 535	23 815	35 135	3 420 270

Les données sont en boîtes de 15 douzaines
Les données ci-dessus excluent l'exportation des oeufs de table par l'OCCO
Les données ci-dessus incluent l'écoulement des oeufs de table excédentaires par l'OCCO

Statistiques

NOMBRE MOYEN DE PONDEUSES PAR PRODUCTEUR

	1988	1987	1986	1985	1984	1983	1982	1981	1980	1979	1978
C.-B.	15 029	15 122	14 937	14 667	14 073	14 470	14 150	13 995	14 114	12 701	12 631
ALBERTA	6 481	6 509	6 426	6 112	6 014	6 201	6 153	5 921	6 088	5 081	5 308
SASK.	8 656	8 550	8 248	7 790	7 459	7 342	7 059	7 059	7 043	6 004	6 047
MANITOBA	9 687	9 646	9 606	9 727	9 528	9 836	9 836	9 756	10 176	8 598	9 593
ONTARIO	10 580	10 038	9 501	9 311	9 253	9 812	9 728	9 704	9 380	8 016	8 271
QUÉBEC	16 992	17 082	18 991	18 991	15 597	13 691	13 691	11 272	11 333	9 698	10 634
N.-B.	18 164	17 407	16 711	16 711	16 062	15 527	15 527	17 972	14 456	11 770	10 414
N.-É.	20 300	20 300	19 828	18 535	18 491	16 868	16 868	16 868	17 658	15 201	15 701
Î.-P.-É.	4 923	4 605	4 461	4 605	4 605	4 355	4 355	4 107	3 992	3 188	3 445
T.-N.	14 252	13 388	12 272	12 623	12 272	11 976	11 976	11 976	11 661	10 007	11 674
MOY. NAT.	11 244	10 978	10 748	10 535	9 871	10 339	10 251	9 895	9 849	8 422	8 806

Selon les allocations du CNCPF
30 décembre 1988

NOMBRE DE PRODUCTEURS ENREGISTRÉS PAR PROVINCE

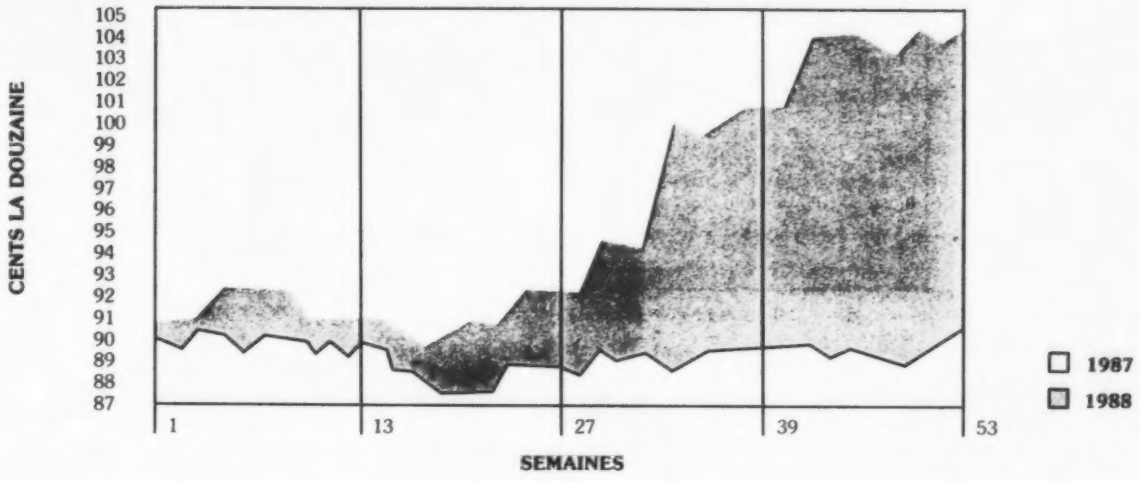
	1988	1987	1986	1985	1984	1983	1982	1981	1980	1979	1978
C.-B.	162	161	163	166	173	177	181	183	190	192	198
ALBERTA	232	231	234	246	250	254	256	266	273	287	293
SASK.	81	82	85	90	94	100	104	104	111	104	116
MANITOBA	240	241	242	239	244	246	246	248	249	255	245
ONTARIO	704	742	784	800	805	812	819	821	890	926	938
QUÉBEC	190	189	170	170	207	247	247	300	313	313	311
N.-B.	23	24	25	25	26	27	27	28	29	33	40
N.-É.	42	42	43	46	46	52	52	52	52	53	55
Î.-P.-É.	29	31	32	31	31	33	33	35	36	40	42
T.-N.	31	33	36	35	36	37	37	37	38	38	38
TOTAL	1 734	1 776	1 814	1 848	1 912	1 985	2 002	2 074	2 181	2 241	2 276

30 décembre 1988

Source OCCO

PRIX MOYEN PONDÉRÉ AUX PRODUCTEURS

— toutes catégories —



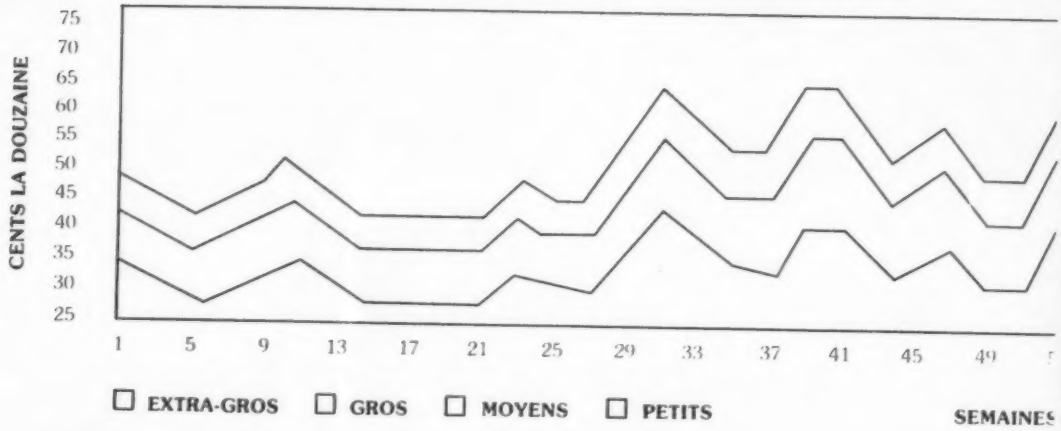
PRIX MOYEN PONDÉRÉ AUX PRODUCTEURS – TOUTES CATÉGORIES

(cents/douzaine)

SEMAINE	1988	1987	SEMAINE	1988	1987
1	91,0	90,4	27	92,2	88,8
2	90,9	90,2	28	95,1	89,5
3	91,0	90,0	29	95,0	89,3
4	91,1	90,4	30	94,8	89,4
5	91,3	90,3	31	95,1	89,5
6	92,3	89,9	32	100,2	89,3
7	92,2	90,4	33	99,9	89,2
8	92,1	90,4	34	99,9	89,1
9	92,2	90,3	35	99,7	89,4
10	91,1	89,7	36	100,2	89,4
11	91,3	89,6	37	100,5	89,5
12	91,3	89,6	38	100,8	89,5
13	91,2	90,1	39	100,6	89,6
14	91,2	89,9	40	100,8	89,5
15	91,0	88,6	41	104,3	89,6
16	90,6	88,4	42	104,3	89,6
17	90,5	88,3	43	104,2	89,3
18	90,4	87,8	44	104,0	89,4
19	91,1	87,2	45	103,9	89,4
20	91,1	87,2	46	103,6	89,5
21	91,0	87,3	47	103,5	89,5
22	91,1	87,5	48	103,6	89,5
23	92,0	88,9	49	103,3	89,4
24	92,2	88,9	50	104,7	89,4
25	92,3	88,9	51	103,8	89,8
26	92,3	88,9	52	104,0	90,1
			53	104,1	91,0

Statistiques

PRIX NATIONAL AUX TRANSFORMATEURS



PRIX DE BASE AUX TRANSFORMATEURS EN CENTS LA DOUZAINE
(aux deux semaines)

Semaines 1988	XG	G	M	P
1	52.5	49.0	41.5	31,5
3	50.5	47.0	39.5	30,0
5	48.5	45.0	38.0	29,0
7	50.5	47.0	39.5	30,0
9	54.0	50.0	42.0	32,0
11	58.0	54.0	45.5	34,5
13	50.5	47.0	39.5	30,0
15	47.5	44.0	37.0	28,0
17	47.5	44.0	37.0	28,0
19	47.5	44.0	37.0	28,0
21	47.5	44.0	37.0	28,0
23	54.0	50.0	42.0	32,0
25	51.5	48.0	40.5	31,0
27	51.5	48.0	40.5	31,0
29	61.5	57.0	48.0	36,5
31	74.0	69.0	58.0	44,0
33	68.0	63.0	53.0	40,5
35	60.0	56.0	47.0	36,0
37	60.5	56.0	47.0	35,5
39	72.0	67.0	56.5	42,5
41	72.0	67.0	56.5	42,5
43	58.0	54.0	45.5	34,0
45	62.5	58.0	48.5	36,5
47	65.5	61.0	51.5	38,5
49	55.0	51.0	43.0	32,5
51	55.0	51.0	43.0	32,5
53	71.0	66.0	55.5	42,0

Amendment — La contribution du transformateur à l'écoulement des excédents est discontinuée

SOURCE : OCCO

L'Office canadien de commercialisation des oeufs

États financiers et Rapport des verificateurs

décembre 1988

RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

Ministre de l'Agriculture
Gouvernement du Canada

Conseil national de commercialisation
des produits agricoles

Les membres de
l'Office canadien de commercialisation des oeufs

Nous avons vérifié le bilan des comptes d'écoulement des excédents et du compte d'administration de l'Office canadien de commercialisation des oeufs au 31 décembre 1988 ainsi que l'état des résultats d'exploitation et solde du fonds des comptes d'écoulement des excédents et du compte d'administration pour la période de cinquante-trois semaines terminée à cette date. Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues et a comporté, par conséquent, les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances, à l'exception de ce qui est mentionné dans le paragraphe ci-dessous.

Comme c'est le cas dans de nombreuses agences de commercialisation de produits agricoles, l'Office prélève des revenus des producteurs fondés sur les distributions des produits. En raison de la structure des prélèvements sur la production d'oeufs et des frais de service, notre vérification de ces revenus s'est limitée aux montants comptabilisés dans les livres de l'Office et nous n'avons pu déterminer si certains redressements auraient dû être apportés aux revenus provenant de prélèvements, à l'excédent des dépenses sur les revenus, à l'actif et au solde du fonds.

À notre avis, à l'exception de l'effet des éventuels redressements que nous aurions pu juger nécessaires si nous avions été en mesure de vérifier l'intégralité des revenus provenant des prélèvements sur la production d'oeufs et des frais de service mentionnés au paragraphe précédent, ces états financiers présentent fidèlement la situation financière de l'Office canadien de commercialisation des oeufs au 31 décembre 1988 ainsi que les résultats de son exploitation pour la période de cinquante-trois semaines terminée à cette date selon les principes comptables généralement reconnus, appliqués de la même manière qu'au cours de la période précédente.

Touche Ross & Cie

Ottawa (Ontario)
le 23 février 1989

Comptables agréés

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS
BILAN AU 31 DÉCEMBRE 1988

($000's)

	31 décembre 1988			26 décembre 1987
	Écoulement des excédents	Compte d'administration	Total	Total
ACTIF	(cédule I)			
À court terme				
Encaisse	(120) $	141 $	21 $	4 700 $
Débiteurs (note 3)	4 016	863	4 879	3 906
Stocks	420	—	420	289
Intercomptes — somme à recevoir (à payer)	(2 821)	2 821	—	—
	1 495 $	3 825 $	5 320 $	8 895 $
Immobilisations				
Ordinateur, matériel et améliorations locatives	—	1 191	1 191	1 331
Amortissement cumulé	—	(861)	(861)	(987)
	—	330	330	344
	1 495 $	4 155 $	5 650 $	9 239 $
PASSIF ET SOLDE DU FONDS				
À court terme				
Emprunts bancaires (note 4)	9 700 $	— $	9 700	— $
Créditeurs et frais courus	6 250	1 203	7 453	5 049
	15 950	1 203	17 153	5 049
Solde (insuffisance) du fonds	(14 455)	2 952	(11 503)	4 190
	1 495 $	4 155 $	5 650 $	9 239 $

Au nom de l'Office,

..... administrateur

..... administrateur

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS
ÉTAT DES RÉSULTATS D'EXPLOITATION ET SOLDE (INSUFFISANCE) DU FONDS POUR LA PÉRIODE DE CINQUANTE-TROIS SEMAINES TERMINÉE LE 31 DÉCEMBRE 1988

($000's)

	31 décembre 1988 (53 semaines)			26 décembre 1987 (52 semaines)
	Écoulement des excédents (cédule II)	**Compte d'administration**	**Total**	**Total**
Revenus				
Ventes d'oeufs	27 749 $	— $	27 749 $	27 971 $
Prélèvements, frais de service et contributions	26 029	8 795	34 824	30 461
Intérêts et autres revenus	953	318	1 271	1 022
	54 731	9 113	63 844	59 454
Dépenses				
Opérations commerciales				
Achats d'oeufs	66 882	—	66 882	54 460
Coloration et entreposage	648	—	648	589
Transport et manutention	2 123	—	2 123	1 737
Honoraires des agents provinciaux	221	—	221	200
Intérêts	905	—	905	111
Frais de courtage, droits de douanes et taxes d'accise	26	—	26	9
Autres	145	—	145	12
Programme d'enlèvement de la volaille	801	—	801	—
	71 751	—	71 751	57 118
Promotion	—	1 778	1 778	1 413
Publicité	—	1 838	1 838	1 892
Salaires	—	1 725	1 725	1 450
Honoraires professionnels et de consultation	—	453	453	459
Réunions et déplacements	—	784	784	641
Frais de bureau	—	331	331	275
Recherche	—	328	328	367
Téléphone et télex	—	130	130	119
Loyer	—	161	161	127
Communications	—	114	114	98
Indemnités quotidiennes de séjour	—	228	228	192
Autres dépenses d'administration	—	66	66	92
Amortissement	—	178	178	159
Prélèvements, frais de service et contributions irrécupérables (recupérés)	(456)	—	(456)	(455)
Dons d'oeufs	128	—	128	175
	71 423	8 114	79 537	64 122
Exdédent des revenus sur les dépenses (dépenses sur les revenus)	(16 692)	999	(15 693)	(4 668)
Solde du fonds au début de la période	2 237	1 953	4 190	8 858
Solde (insuffisance) du fonds à la fin de la période	(14 455) $	2 952 $	(11 503) $	4 190 $

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS
NOTES COMPLÉMENTAIRES
31 DÉCEMBRE 1988

1. Activités de l'Office

a) Formation de l'Office

L'Office canadien de commercialisation des oeufs a été établi afin d'assurer la commercialisation ordonnée des oeufs au Canada.

b) Prélèvements et frais de service

Les offices provinciaux de commercialisation des oeufs ont accepté d'agir à titre d'agents de l'Office aux fins de la perception, du contrôle et de la remise des prélèvements imposés par l'Office. Les offices provinciaux versent à l'Office des sommes additionnelles pour financer le programme national d'écoulement des produits selon l'Accord fédéral-provincial complémentaire, et dans le cas du Québec et de l'Alberta, des frais de service conformément aux modalités d'une entente commerciale.

c) Activités d'écoulement du produit

L'Office achète, à des prix de rachat spécifiques, tous les oeufs que les offices provinciaux ne peuvent vendre sur leurs marchés de "table" et qui répondent aux critères de l'Office.

2. Principales conventions comptables

a) Méthode de comptabilité

Quatre fonds ont été créés. Les prélèvements, les frais de service et les contributions sont répartis entre le compte national, le compte d'exportation et le compte des producteurs/transformateurs. Toutes les opérations comportant l'achat et la vente des oeufs déclarés sont comptabilisées dans le compte national et le compte des producteurs/transformateurs et ce qui a trait aux ventes nationales de produits et dans le compte d'exportation pour ce qui est des ventes à l'exportation de produits excédant la demande nationale. Les prélèvements, les frais de service ainsi que tous les frais d'administration sont comptabilisés dans le compte d'administration.

Le 4 septembre 1988 le Conseil d'administration a adopté l'élimination du compte des producteurs/transformateurs. À ce moment les contributions à ce compte ont été suspendues, mais la responsabilité pour le financement des activités de l'enlèvement du surplus entreprises par ce compte a été continuée jusqu'en décembre 1988. Au 31 décembre 1988, l'Office avait comptabilisé un passif égal au solde du fonds de ce compte. La répartition finale de ces produits sera déterminée en 1989.

b) Stocks

Les stocks d'oeufs en coquille sont inscrits au moindre du coût et de la valeur de réalisation nette. Les oeufs en coquille sont les oeufs déclarés à l'Office mais non vendus à la fin de la période. Tous les oeufs en coquille ont été vendus après la fin de la période.

b) Immobilisations

Les immobilisations sont comptabilisées au coût. L'amortissement est calculé selon la méthode de l'amortissement linéaire à des taux permettant de radier le coût des immobilisations sur leur durée d'utilisation probable, comme suit:

Matériel de bureau	10 ans
Ordinateur	5 ans
Améliorations locatives	sur la durée du bail

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS
NOTES COMPLÉMENTAIRES
31 DÉCEMBRE 1988

3. Débiteurs

Les débiteurs sont composés comme suit:

	31 décembre 1988			26 décembre 1987
	Écoulement des excédents	Compte d'administration	Total	Total
Prélèvements, frais de service et contributions, moins la provision pour les sommes irrécouvrables de 1 263 000 $ (1987 — 1 810 000 $)	2 447 $	741 $	3 188 $	2 590 $
Ventes d'oeufs	1 564	—	1 564	1 159
Autres	5	122	127	157
	4 016 $	863 $	4 879 $	3 906 $

4. Emprunts bancaires

Les emprunts bancaires au montant de 9 700 000 $ sont garantis par un transport général des livres selon un accord de marge de crédit d'une limite approuvée de 10 $ millions, payables sur demande. L'intérêt est calculé au taux préférentiel pour le premier 5 $ millions et au taux préférentiel plus 1/4% pour le dernier 5 $ millions.

Après le 31 décembre 1988, l'Office a renégocié son accord de marge de crédit selon lequel sa limite totale approuvée a été augmentée à 14 $ millions, payables sur demande, garantis par un transport général des livres. Cet accord était conditionnel à ce que l'Office obtienne des emprunts totalisant 1 $ million de certains offices provinciaux. L'intérêt sera calculé au taux préférentiel sur le premier 7 $ millions et au taux préférentiel plus 1% sur le dernier 7 $ millions.

Les emprunts sous cette marge de crédit excédant 7 $ millions sont remboursables selon une cédule de remboursement commençant en septembre 1989 et se terminant en mars 1990. Les remboursements totaux au 31 décembre 1989 seraient de 4.5 $ millions avec 2.5 $ millions dûs au 31 mars 1990.

En plus, l'Office a à sa disposition une autre marge de crédit autorisée de 500 000 $, avec intérêt calculé au taux préférentiel. Au 31 décembre 1988, aucun montant n'était impayé par rapport à cette marge de crédit.

5. Virements intercomptes

Au 31 décembre 1988, l'Office n'avait pas reçu tous les renseignements nécessaires pour justifier qu'une partie des ventes comprises dans le compte d'exportation était en fait des ventes destinées à l'exportation. Si l'on obtenait la preuve que ces ventes étaient destinées au marché national, leur coût net serait imputé au compte national. Au 31 décembre 1988, la dette éventuelle maximale du compte national envers le compte d'exportation en ce qui a trait à ces ventes s'élevait approximativement à 7 235 000 $.

Au cours de l'exercice, l'Office a décidé qu'une partie des ventes antérieurement comptabilisées au compte d'exportation avaient eu lieu sur le marché national. Le coût net de ces ventes est de 2 286 000 $ (1987 — 830 000 $). Ce montant a été transféré du compte d'exportation au compte national.

6. Engagements

L'Office s'est engagé en vertu de contrats de location d'espace pour une valeur totale de 2 089 000 $ répartis sur les trois prochaines années comme suit:

1989	126,000 $
1990	170,000
1991	182,000
1992	194,000
1993	206,000
et puis	1,211,000
	2,089,000 $

7. Approbation des états financiers

Le 28 février 1989, ces états financiers recevaient l'approbation du comité de vérification de l'Office.

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS
COMPTES D'ÉCOULEMENT DES EXCÉDENTS
BILAN AU 31 DÉCEMBRE 1988

CÉDULE I

($000's)

	31 décembre 1988				26 décembre 1987
	Compte national	Compte d'exportation	Compte des producteurs/ transfor-mateurs	Total écoulement des excédents	Total écoulement des excédents
ACTIF					
À court terme					
Encaisse	(288) $	168 $	— $	(120) $	2 959 $
Débiteurs	3 142	874	—	4 016	3 191
Stocks	277	143	—	420	289
Intercomptes — somme à recevoir (à payer)	418	(3 239)	—	(2 821)	—
	3 549 $	(2 054) $	— $	1 495 $	6 439 $
PASSIF ET SOLDE DU FONDS					
À court terme					
Emprunts bancaires	9 700 $	— $	— $	9 700 $	— $
Créditeurs et frais courus	3 671	2 579	—	6 250	4 201
	13 371	2 579	—	15 950	4 201
Solde (insuffisance) du fonds	(9 822)	(4 633)	—	(14 455)	2 238
	3 549 $	(2 054) $	— $	1 495 $	6 439 $

Au nom de l'Office,

..... administrateur

..... administrateur

OFFICE CANADIEN DE COMMERCIALISATION DES OEUFS (CÉDULE II)
COMPTES D'ÉCOULEMENT DES EXCÉDENTS
ÉTAT DES RÉSULTATS D'EXPLOITATION ET SOLDE (INSUFFISANCE) DU FONDS
POUR LA PÉRIODE DE CINQUANTE-TROIS SEMAINES TERMINÉE LE 31 DÉCEMBRE 1988

($000's)

	31 décembre (53 semaines)				26 décembre (52 semaines)
	Compte national	Compte d'exportation	Compte des producteurs/ transfor-mateurs	Total écoulement des excédents	Total écoulement des excédents
Revenus					
Ventes d'oeufs	21 509 $	6 240 $	— $	27 749 $	27 971 $
Prélèvements, frais de service et contributions	15 262	9 372	1 395	26 029	24 016
Intérêts et autres revenus	134	819	—	953	817
Virements intercomptes (note 5)	2 288	2 286	(4 574)	—	—
	39 193	18 717	(3 179)	54 731	52 804
Dépenses					
Opérations commerciales					
Achats d'oeufs	44 145	22 737	—	66 882	54 460
Coloration et entreposage	456	192	—	648	589
Transport et manutention	1 375	748	—	2 123	1 737
Honoraires des agents provinciaux	143	78	—	221	200
Intérêts	722	183	—	905	111
Frais de courtage, droits de douanes et taxes d'accise	—	26	—	26	9
Autres dépenses	20	2	123	145	12
Programme d'enlèvement de la volaille	—	801	—	801	—
	46 861	24 767	123	71 751	57 118
Prélèvements, frais de service et contributions irrécupérables (recupérés)	(493)	37	—	(456)	(339)
Dons d'oeufs	63	65	—	128	175
	46 431	24 869	123	71 423	56 954
Excédent des dépenses sur les revenus	(7 238)	(6 152)	(3 302)	(16 692)	(4 150)
Solde (insuffisance) du fonds au début de la période	(2 584)	1 519	3 302	2 237	6 387
Solde (insuffisance) du fonds à la fin de la période	(9 822) $	(4 633) $	— $	(14 455) $	2 237 $